



MASTERARBEIT

Frau
Sabine Holzendorff

SOZIALE NETZWERKE – KOMMUNIKATION DER ZUKUNFT?

2015



MASTERARBEIT

SOZIALE NETZWERKE – KOMMUNIKATION DER ZUKUNFT?

Autorin:
Sabine Holzendorff

Fakultät:
Medien

Studiengang:
Information and Communication Science

Seminargruppe:
IC13w1-M

Erstprüfer:
Professor Dr.-Ing. Robert Wierzbicki

Zweitprüfer:
Dipl.-Ing. Manuela Queitsch

Einreichung:
Dresden, 04.08.2015



MASTER THESIS

SOCIAL NETWORKS – COMMUNICATION OF THE FUTURE?

author:
Misses Sabine Holzendorff

Faculty of:
Media

course of studies:
Information and Communication Science

seminar group:
IC13w1-M

first examiner:
Professor Dr.-Ing. Robert Wierzbicki

second examiner:
Dipl.-Ing. Manuela Queitsch

submission:
Dresden, 04.08.2015

Bibliografische Angaben

Nachname, Vorname: Holzendorff, Sabine

Soziale Netzwerke – Kommunikation der Zukunft?

Social Networks – Communication of the Future?

82 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences

Fakultät Medien, Masterarbeit, 2015

Abstract

Die sozialen Medien sind eine Innovation und bergen Potential für weitere Innovationen, die sich in ihrer Bandbreite nicht abschätzen lassen. Wer sie richtig einsetzt, kann durch die Sozialen Medien viele Vorteile haben, aber auch Missbrauch ist möglich. In Zukunft sind sie ein wichtiger Bestandteil der Kommunikation.

Abkürzungsverzeichnis.....	6
Abbildungsverzeichnis.....	7
1 Einführung.....	8
1.1 Zielsetzung.....	8
1.2 Methodik und Aufbau.....	8
2 Kondratieff, die Dampfmaschine und die Sozialen Medien.....	10
2.1 Von Kondratieff zur Kommunikation.....	13
2.2 Funktionen und Nutzer der sozialen Medien.....	14
2.2.1 Facebook, Twitter, YouTube und Co. – ein kurzer Überblick.....	16
2.2.2 Der Nutzen der Sozialen Medien.....	26
2.3 Das Bedürfnis zur Kommunikation.....	32
3 Soziale Medien in der Gesellschaft.....	35
3.1 Soziales Fernsehen.....	35
3.2 Soziales Radio.....	39
3.3 Soziale Zeitungen.....	40
3.4 Soziales Web.....	42
3.5 Soziale Politik.....	43
3.6 Soziale Wirtschaft.....	46
3.7 Alles wächst zusammen.....	50
4 Die Eigenverantwortung in den Sozialen Medien.....	51
4.1 Psychologische Aspekte und Medizinische Probleme.....	51
4.2 Sozialen Medien und Philosophie.....	58
4.3 Datenschutz.....	60
4.4 Alternativen?.....	66
4.5 In Zukunft: die totale Vernetzung?.....	67
5 Zusammenfassung und Schlussfolgerung.....	70
Literaturverzeichnis.....	75
Quellenverzeichnis.....	81
Eigenständigkeitserklärung.....	82

Abkürzungsverzeichnis

- a.a.O. am angegebenen Ort
- bzw. beziehungsweise
- ca. circa
- Co. Compagnie
- d.h. das heißt
- i.S.v. im Sinne von
- lt. laut
- o.ä. oder ähnlich
- u.a. unter anderem
- usw. und so weiter
- Vgl. Vergleich
- z.B. zum Beispiel

Abbildungsverzeichnis

- Abbildung 1 Kondratieff-Zyklen nach Nefiodow
Quelle: https://ilias.hs-wismar.de/data/HS-Wismar/lm_data/lm_6359/images/image_moodle02_01_03.jpg
- Abbildung 2: Produktlebenszyklus
Quelle: http://4managers.de/fileadmin/_migrated/pics/produktlebenszyklus_01.gif
- Abbildung 3: Die Bildung von Facebook Nutzern
Quelle: <http://de.statista.com/infografik/3346/nutzer-von-sozialen-medien-prozentanteil-innerhalb-der-jeweiligen-bildungsgruppe/>
- Abbildung 4: Nutzerzahlen Prognose von Facebook bis 2017
Quelle: <http://tobesocial.de/blog/social-media-studie-2013-facebook-user-deutschland-social-media-roi-bis-2017-nutzerzahlen>
- Abbildung 5: Interesse an VLOGS
Quelle: http://www.tomorrow-focus-media.de/fileadmin/customer_files/public_files/downloads/studien/TFM_Studie_SocialTrends_SocialMedia_2015.pdf
- Abbildung 6: SWAT-Analyse zu Facebook
Quelle: <https://socialmediamarketing2013.files.wordpress.com/2013/01/swot.jpg>
- Abbildung 7: Die Maslowsche Bedürfnispyramide
Quelle: http://wikis.zum.de/zum/images/thumb/a/ab/Maslowsche_Bed%C3%BCrfnispyramide.png/400px-Maslowsche_Bed%C3%BCrfnispyramide.png
- Abbildung 8: Der Handy-Nacken
Quelle: Fokus Ausgabe 26/15 „Aufrecht durchs Leben“ Seite: 81
- Abbildung 9: Die WhatsApp-Hand
Quelle: Fokus Ausgabe 26/15 „Aufrecht durchs Leben“ Seite: 82
- Abbildung 10: Der Maus-Arm
Quelle: Fokus Ausgabe 26/15 „Aufrecht durchs Leben“ Seite: 84

1 Einführung

„Social Media (deutsch: Soziale Medien) ist der Überbegriff für Medien, in denen Internetnutzer Meinungen, Eindrücke, Erfahrungen oder Informationen austauschen und Wissen sammeln“.¹

Dazu werden digitale Medien und Technologien genutzt, die es Nutzern ermöglichen mediale Inhalte zu gestalten und diese im Internet zu verbreiten.

1.1 Zielsetzung

Ziel der Arbeit ist es das Zukunftspotential von Sozialen Medien² als Kommunikationsmittel zu diskutieren. Das Verhalten der derzeitigen Nutzer im Internet ist die Grundlage, um Aussagen über die Zukunft der Sozialen Medien zu treffen. Es soll gezeigt werden, dass die Sozialen Medien und die Menschen, welche sie nutzen, sich gegenseitig beeinflussen. Hauptgegenstand ist das Herausarbeiten der Vor- und Nachteile.

1.2 Methodik und Aufbau

Der aktuelle Stand und Fragen zu dieser Thematik sollen mittels Literaturrecherchen erfasst werden. Den Zugang zu neuester Literatur wurde durch die Nutzung von Fachdatenbanken aus dem Bestand der SLUB Dresden³ gewährleistet. Daraus wurden Schlussfolgerungen abgeleitet.

Aufbau

Zu Beginn wird der Kondratieff-Zyklus⁴ erklärt, mit dessen Hilfe versuchen Zukunftsforscher, wie z.B. Schumpeter und Nefiodow Vorhersagen zu treffen, wohin die Entwicklung des Menschen gehen könnte, abgeleitet aus den Erfahrungen der Vergangenheit. Danach erörtert diese Arbeit den derzeitigen Stand der Sozialen Medien.

¹ Zitat: <http://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/social-media-soziale-medien>

² In dieser Arbeit wird die Bedeutung von Social Media und Sozialen Medien als bedeutungsgleich verwendet, da beide den gleichen Inhalt beschreiben.

³ Sächsische Landesbibliothek – Staats- und Universitätsbibliothek Dresden

⁴ Der Kondratieff-Zyklus ist eine Methode um Vorhersagen aus der Vergangenheit abzuleiten.

Es soll das Zusammenspiel der klassischen Medien Fernsehen, Radio und Printmedien mit den Sozialen Medien beleuchtet werden und eine Betrachtung von politischen, wirtschaftlichen, gesundheitlichen und philosophischen Aspekten erfolgen.

Im Bereich des Datenschutzes wird analysiert, welche Verantwortung der Einzelne hat.

Im Anschluss wird der Umgang mit den Sozialen Medien, wie er sich entwickeln könnte diskutiert.

Zum Schluss wird versucht die Frage zu klären, welche Bedeutung die Sozialen Medien in der Zukunft als Kommunikationsmittel einnehmen. Welche Chancen und Risiken sie mit sich bringen.

2 Kondratieff, die Dampfmaschine und die Sozialen Medien

Um für die Zukunft Vorhersagen treffen zu können, muss man einen Blick in die Vergangenheit werfen. Dies sagte schon André Malraux:

„Wer in der Zukunft lesen will, muss in der Vergangenheit blättern.“⁵

Zu dieser Vergangenheit gehören Erfindungen und Entwicklungen, wie die der Dampfmaschine von Thomas Newcomen im Jahr 1712⁶, die des Mobilfunks 1926⁷ oder die des World Wide Webs 1989⁸. Diese und andere Erfindungen haben die menschliche Gesellschaft in ihrer Entwicklung stark geprägt und voran gebracht.

Die Geschichte zeigt, dass nicht ständig weltbewegende Erfindungen gemacht werden, sondern dass Innovationen in Wellen auftreten. Dies beschrieb Nikolai Kondratieff⁹. Seine Erkenntnisse veröffentlichte er 1926 in dem Artikel „Lange ökonomische Zyklen“. Durch seine Forschungen im konjunkturellen Bereich der Wirtschaft gilt er als Begründer der „Theorie der langen Wellen“.¹⁰

Die Theorie der langen Wellen

Unter einem Kondratieff-Zyklus versteht man im Allgemeinen Konjunkturschwankungen. Diese sind meist auf ein bestimmtes Muster zurück zu führen, welches mit Hilfe von Auf- und Abschwüngen dargestellt wird. Kondratieff-Zyklen können in der Wirtschaft 40 bis 60 Jahre andauern. Wichtige technische Fortschritte werden als Basisinnovationen dargestellt. Diese treten in zyklischen Abständen auf und können lange Wachstumsschübe in der Wirtschaft hervorrufen.¹¹

Erst Joseph Schumpeter¹² entdeckte im Jahr 1939 den Grund für die Auslösung von Konjunkturschwankungen. Es sind die technischen Innovationen, damit erweiterte er die Theorie Kondratieffs. Er verwendete erstmals die Bezeichnung Kondratieff-Zyklus und prägte den Begriff „Basisinnovationen“.¹³

5 Zitat: <http://zitate.net/andr%C3%A9%20malraux.html>

6 Vgl.: <http://www.uni-protokolle.de/Lexikon/Dampfmaschine.html>

7 Vgl.: <http://www.wissen.de/lexikon/mobilfunk>

8 Vgl.: <http://www.coupling-media.de/marketing-lexikon/world-wide-web.html>

9 Ein russischer Wissenschaftler, er lebte von 1892 bis 1938.

10 Vgl.: <http://www.kondratieff.net/8.html>

11 Vgl.: <http://www.georgmais.de/vordiplom/allgemeine%20Theorien%20der%20Wirtschaftsgeographie.pdf>

12 Vgl.: <http://www.solon-line.de/2009/09/23/joseph-a-schumpeter-und-die-krise/>

13 Vgl.: <http://www.kondratieff.net/18.html>

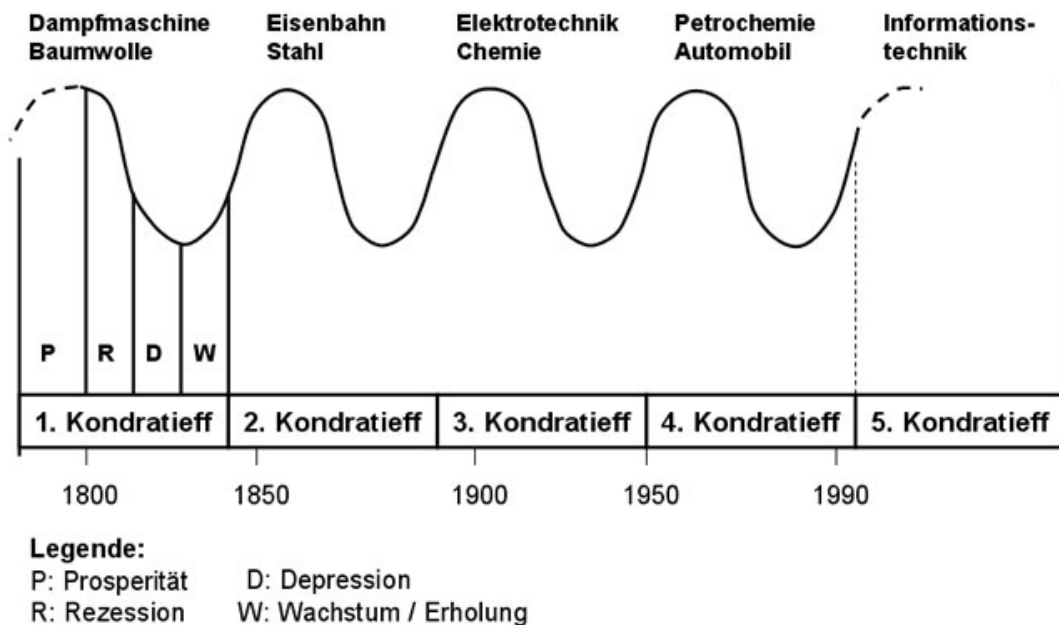


Abbildung 1 Kondratieff-Zyklen nach Nefiodow

In Abbildung 1 wird diese Theorie veranschaulicht. Durch die Konjunkturzyklen lässt sich das Verhalten in der Vergangenheit analysieren und ein mögliches Szenario für die Zukunft entwickeln.

Die Zyklen von Kondratieff

James Watt entwickelte im Jahr 1769¹⁴ die Dampfmaschine¹⁵. Dies hatte großen Einfluss auf den 1. Kondratieff-Zyklus, welcher von ca. 1780 bis 1840 andauerte. Er wird als Beginn der Industriellen Revolution angesehen.¹⁶

Der 2. Kondratieff-Zyklus, welcher von etwa 1840 bis 1890 stattfand, wird nach Schumpeter als „der Bürgerliche Kondratieff“ oder auch „die Zweite industrielle Revolution“ bezeichnet.¹⁷ Dieser Zyklus wurde stark durch den Ausbau des Eisenbahnnetzes und der damit verbundenen hohen Nachfrage von Stahl und Eisen geprägt.

Der 3. Kondratieff hatte seinen Höhepunkt Anfang des 20. Jahrhunderts. Die Elektrotechnik und die chemische Industrie waren die hauptsächlichen Basisinnovationen während der Jahre von ca. 1890 bis 1950.¹⁸

¹⁴ Vgl.: <http://www.uni-protokolle.de/Lexikon/Dampfmaschine.html>

¹⁵ vorübergehende Entwicklungen könnten aus Effizienzgründen nicht betrachtet worden sein

¹⁶ Vgl.: Rentmeister, Juliane „Die Entwicklung der Theorie der Langen Wellen von ihren Anfängen bis zum techno-ökonomischen Paradigma von Carlota Perez“, Köln, 2010, Seite: 29

¹⁷ Vgl.: Windhoevel, Thomas „Theorie der langen Wellen“, GRIN Verlag, Norderstedt 2008, Seite: 6

¹⁸ Vgl.: Rentmeister, Juliane „Die Entwicklung der Theorie der Langen Wellen von ihren Anfängen bis zum techno-ökonomischen Paradigma von Carlota Perez“, Köln, 2010, Seite: 31

Der 4. Kondratieff-Zyklus wird im Zeitraum von etwa 1950 bis 2000 betrachtet und speziell durch die Petrochemie, Kernenergie und die Weiterentwicklungen in der Automobilindustrie beschrieben.¹⁹

Der 5. Kondratieff-Zyklus wird als die „Lange Welle der Informationstechnik,“ bezeichnet. Er begann Anfang der 2000er Jahre und wird seinen Höhepunkt um 2020 haben. In diesem Zeitraum wird besonders die Informations- und Kommunikationstechnologie als Basisinnovation gesehen. Durch den erstmaligen Einsatz von Computertechnik führte dieser Kondratieff²⁰ zu einem weltweiten Wirtschaftsboom.²¹

Mit einer enormen Geschwindigkeit bahnte sich die Informationstechnik ihren Weg durch die unterschiedlichsten Bereiche der Wirtschaft. Mit Hilfe von technischen Neuerungen hatten viele Unternehmen weltweit ein überdurchschnittliches Wirtschaftswachstum. Für sie war es durch den Einsatz von verschiedenen Medien, wie das Internet, Radio oder Fernsehen einfacher ihre Produkte zu vermarkten und mit dem Kunden zu kommunizieren.

Leo A. Nefiodow²² stellte 1996 die These auf, dass die Basisinnovation des 6. Kondratieff im Gesundheitsbereich liegen wird. Zum ersten Mal wird es um den Menschen gehen. Durch den stetig wachsenden Leistungsdruck der sozialen Medien sind steigende Ermüdungserscheinungen festzustellen. Damit entwickelt die Wirtschaft ein Interesse eine gesamtheitliche Gesundheitsversorgung zu etablieren.

Erste Schritte in diese Richtung sind Fitnessarmbänder, 24-Stunden-Blutdrucküberwachung und Bereitstellung der gesundheitlichen Daten für gezielte Auswertungen mittels Fernüberwachung.

Ein Beispiel dafür ist „Telemedizin“, ein europäisches Projekt, welches Kliniken, Ärzte und Patienten in Ostsachsen miteinander verbindet. Seit dem 01.07.2015 läuft ein Test in dem Herzpatienten via Tablet mit ihrem Arzt in Verbindung treten können.²³

19 Vgl.: http://www.tydecks.info/online/math_multi_key.html

20 Kondratieff-Zyklus kann im Weiteren auch vereinfacht als Kondratieff bezeichnet werden.

21 Vgl.: <http://www.kondratieff.net/9.html>

22 Vgl.: <http://www.kondratieff.net/#!der-sechste-kondratieff/cpyu>

23 Vgl.: Sächsische Zeitung vom 2 Juli 2015, Seite 22: „Hallo Schwester – Hallo Patient“

2.1 Von Kondratieff zur Kommunikation

Jeder Kondratieff ist die Darstellung mehrerer Produktzyklen. Vor dem Zyklus steht eine Innovation. Diese wird mit großem technischen und wirtschaftlichen Aufwand in der Produkteinführungsphase auf den Markt gebracht. In der Wachstumsphase bringen Konkurrenten ähnliche Produkte auf den Markt. Um sich am Markt behaupten zu können, müssen sich in der Reifephase die Produkte in Funktionalität und Leistung von der Konkurrenz abheben. Zum Schluss folgt die Sättigungsphase, welche den Produktabsatz einbrechen lässt.

Verwertbarkeit von Fachkompetenzen

Wissen unterliegt Konjunkturen

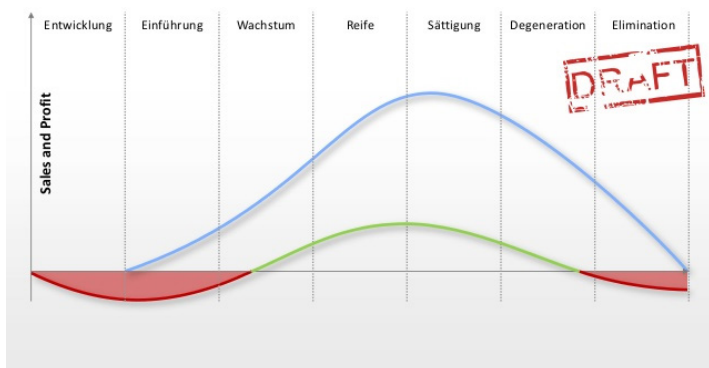


Abbildung 2: Produktlebenszyklus

Die Grundlagen für den Produktzyklus bilden die menschlichen Bedürfnisse. Wenn eine Innovation auftritt, wird diese nach persönlichen, kulturellen, wirtschaftlichen, technischen und anderen Bedürfnissen auf Nutzen und Handhabbarkeit vom Konsumenten überprüft. Gibt es mehrere Produkte eines Marktes, werden diese verglichen. Nur die effizientesten setzen sich durch. Jedoch werden durch das Stillen von Bedürfnissen, andere geweckt.

Der Mensch hat das Bedürfnis nach Kommunikation. Durch die Erfindung von Computern und Internet wurde es möglich, über große Entfernungen schneller zu kommunizieren. 1989 trat das World Wide Web in seiner jetzigen Erscheinungsform auf. Die ersten Webseiten bestanden aus Texten und Bildern. Damit wurde das Bedürfnis von Wissenschaftlern erfüllt, ihre Forschungsergebnisse einem breiten Publikum zugänglich zu machen. Um schnell schriftlich zu kommunizieren, wurde die e-Mail entwickelt.

1996 kam der erste Instant Messenger „ICQ“ auf. Durch ihn war es möglich, schriftliche Gespräche zu führen. 1998 kam Google dazu und erfüllte das Bedürfnis nach der „Informationssuche“ im Netz.

2001 wurde mit Wikipedia das Bedürfnis nach allgemein zugänglichem Wissen befriedigt. Seit 2004 kann jeder mit Facebook das Bedürfnis „Kontakte zu Freunden über Bild und Ton noch einfacher halten“ erfüllen. Und seit 2005 hat Youtube das Verbreiten von Filmen vereinfacht. Damit hat sich das klassische WWW von der einfachen Webseite mit Text und Bildern zum Web 2.0, mit der Möglichkeit interaktiv gestalteten Inhalt zu sehen, entwickelt.

Alle dies sind Produkte, die durch ihre innovative Idee entstanden sind. Sie haben und werden sich im Laufe der Zeit an neue Bedürfnisse angepasst. Und sind somit die Grundlage für die „Lange Welle der Informationstechnik“.

2.2 Funktionen und Nutzer der sozialen Medien

Durch die Entwicklung des sendergesteuerten Internets zum Mitmach-Medium war es notwendig, die verwendeten Technologien so weiter zu entwickeln, dass die Nutzung von Video- und Audioinhalten sowie Animationen für Jedermann vereinfacht wurde.

Die Bezeichnung „Web 2.0“ oder auch „Mitmach-Web“ drückt eine Entwicklung des Internets aus. Das „Web 1.0“ ist ein stark sendergesteuertes Netzwerk. Entwickler, bauen die Webseiten auf und Nutzer können sie besuchen. Im „Web 2.0“ ist es nun möglich, dass die Nutzer ihre Kommentare auf den Seiten hinterlassen. Beide Web-Varianten existieren zur Zeit parallel.

Noch vor einigen Jahren musste man als Besucher einer Webseite selbst aktiv werden und verschiedene Plug-ins²⁴ installieren, um sich auf der gewünschten Webseite Videos o.ä. anzusehen. Damit waren viele Nutzer überfordert.

Die Weiterentwicklung der Webstandards räumt diese Probleme kontinuierlich aus dem Weg, indem auf browserinterne Funktionen²⁵ zurückgegriffen wird, um mediale Elemente schneller und einfacher anzeigen zu können.

²⁴ Plug-in ist ein Modul um Softwarefunktionen zu erweitern.

²⁵ Der neue Standard HTML5 und CSS3 legt fest, dass die Browser Videos, Chat-Funktionen sowie Internettelefonie von Haus aus ermöglichen.

Die Sozialen Medien sind eine Verbesserung der Nutzerfreundlichkeit im Web 2.0. Die Zusammenarbeit in Sozialen Medien und die Integration von sozialen Netzen in die Kommunikation gewinnt zunehmend an Bedeutung. Es erfolgt ein Wandel von medialen Monologen zu sozialen Dialogen.

Das Informationsgefälle zwischen Sendern und Empfängern wird verringert und verändert, da die Kommunikationsmittel Text, Bild, Audio und Video eingesetzt werden. Der vormalige Konsument wird immer mehr auch zum Produzenten. Er veröffentlicht seine Kenntnisse und Meinungen. Wissen und Informationen werden so demokratisiert und das gemeinsame Erstellen, Bearbeiten und Verteilen von Inhalten wird von interaktiven Anwendungen gestützt.

Facebook und Co. haben die Aufmerksamkeit der Cliquentreffs ins Internet verlagert. Wodurch sich auch das Internet verändert hat: von Sendern gesteuerte Webseiten zu interaktiven Webplattformen. Man kann also sagen, dass die Sozialen Medien essenziell zur Weiterentwicklung von Webstandards beigetragen haben.

Bezeichnungen wie „Social Web“²⁶, „Social Software“ oder auch „Soziale Medien“²⁷ beziehen sich auf denselben Sachverhalt. Es wird in Webseite, Applikation²⁸ und Netzwerk unterschieden, wie folgende Beispiele darstellen:

Die Hauptfunktion der Seite „Amazon.de“ ist der Produktverkauf. Durch die Kundenkommentare und -bewertungen, welche wieder bewertet und kommentiert werden können, wandelt sich die Amazon-Seite vom reinen Verkaufsportal zum Social Web. Social Software ist speziell für die soziale Kommunikation gedacht, ein Beispiel dafür ist die App „Facebook Messenger“. Das Netzwerk XING ist ein soziales Medium.

Soziale Medien sind ein Internettrend. Dieser Trend wurde vor allem durch Mark Zuckerbergs Facebook ausgelöst und hat damit den Nerv der jungen Generation getroffen. Zu Wissen, was andere gerade tun, wo die Freunde sich aufhalten und vor allem immer mit ihnen im Kontakt zu bleiben, ist für die heranwachsende Generation wichtig.

26 Social Web und Web 2.0 sind bedeutungsgleich

27 Vgl.: Schmidt, Jan-Hinrik, Soziale Medien Wiesbaden, 2013 Seite: 9

28 App, i.S.v. Anwendung

2.2.1 Facebook, Twitter, YouTube und Co.

– ein kurzer Überblick

Soziale Medien gibt es mittlerweile viele und einige bekannte Vertreter wurden bereits genannt. Dieses Kapitel dient zur kurzen Erläuterung der wichtigsten Portale. Soziale Medien²⁹ werden unterteilt in Soziale Netzwerke, Blogs und Microblogs, Photo-, Video- und Musik-Sharing-Portale, Wikis, Foren sowie Chats.

- Soziale Netzwerke ist der Oberbegriff für Plattformen wie Facebook, Google+ und XING in denen es vielen Menschen ermöglicht wird mediale Inhalte zu erzeugen und diese mit anderen zu teilen.
- Blogs sind Weblogs, sie werden genutzt um Gedanken zu einem Thema zu veröffentlichen. Ein öffentlicher Blog ist z.B. der Slublog.³⁰ Mittels Microblogs können Kurznachrichten mit maximal 140 Zeichen veröffentlicht werden. Anwendungen dafür sind Tumblr und Twitter.
- Mit Photo-, Video- und Musik-Sharing-Portalen können diverse mediale Inhalte hochgeladen, veröffentlicht und von anderen Nutzern bewertet und geteilt werden. Zu den an meisten genutzten Portalen gehören flickr, YouTube und last.fm.
- Wikis sind Internetseiten, welche durch ein freies Autorensystem für das Inter- und Intranet gelesen, bearbeitet, korrigiert und vervollständigt werden können. Es werden dazu keine HTML- oder Mediendesignkenntnisse benötigt. Dazu gehören Wikipedia und Fachwikis wie z.B. Fachwiki für Berufskraftfahrer³¹ oder Fachwiki Drogen.³²
- Foren und Chats dienen dem Meinungs- und Gedankenaustausch, meist zu speziellen Themen. Fachforen sind z.B. Typo3forum³³, Fachforum-Kleintiere³⁴ oder Bonsai-Fachforum.³⁵

29 Eine Auswahl von Plattformen von A bis Z: Amen, AIM, Badoo, Bebo, CafeMom, Delicious, deviantART, Diaspora, draugiem.lv, Ello, Foursquare, FreizeitFreunde, FriendScout24, Friendster, fotostrana.ru, Gadu-Gadu, GMX, Habbo, Hi5, hubbub, hyves.nl, icq.de, imedo.de, Jappy, KWICK!, LinkArena, LiveJournal, LinkedIn, Lokalisten, meetup, Mister Wong, mixi, MyLife, MyFCB, My Space, myYearbook, Nextdoor, Netlog, Ning, Nintendo Wii U Miiverse, nk.pl, Odnoklassniki, Path, Piczo, Pheed, Orkut, Qzone, quott.com, renren.com, Schüler.CC, Soundcloud, So.cl, Spin.de, Spickmich, StayFriends, Szene1.at, Tumblr, Tuenti, Tagged, UBOOT.com, vkontakte.ru, webs.com, xanga, Yandex Moj, YiGG, Zing, Zoosk (Quellen: http://blog.xeit.ch/wp-content/uploads/2010/04/smprim2_1920x1200_72dpi.jpg und <http://www.soziale-netzwerke-links.de/soziale-netzwerke-im-internet.html>)

30 <http://blog.slub-dresden.de>

31 <http://www.berufskraftfahrer-fachwiki.de/index.php?title=Hauptseite&oldid=432>

32 <http://www.drogen.fach-wiki.de/index.php?title=Hauptseite>

33 <http://www.typo3forum.net>

34 <http://www.fachforum-kleintiere.de/>

35 Vgl.: <https://blackphantom.de/artikel/die-geschichte-von-facebook/>

Facebook

Facebook wurde von Mark Zuckerberg als facemash.com 2003 ins Leben gerufen. In seiner heutigen Form besteht Facebook seit dem 4. Februar 2004.³⁶ Die Nutzerzahlen sprechen für sich, mit 1,49 Milliarden Nutzern³⁷ (Stand: 29.07.2015) gehört es zu den größten Erfolgen des Web 2.0. Am 18. Mai 2012 erfolgte die Erstnotierung an der Börse.³⁸ Im April 2012 kaufte Facebook den Microblog Instagram³⁹ und im Februar 2014 den Messenger-Dienst WhatsApp.⁴⁰ In Deutschland sind per 26. März 2015 28 Millionen aktive Nutzer angemeldet.⁴¹ Die Nutzerzahlen steigen ständig und Facebook will weiter wachsen.

Facebook bietet ein breites Spektrum an Nutzungsmöglichkeiten u.a. neue Bekanntschaften zu schließen und sich mit Freunden zu vernetzen. Neben Privatleuten nutzen es auch Unternehmen und Institutionen sogar die Bundesregierung zur Kommunikation und als Werbeplattform. Auch zu Stars und Sternchen aus Film und Fernsehen können Nutzer Kontakte aufnehmen, andere Nutzer legen Fanseiten an oder gründen Gruppen, um mit Gleichgesinnten fachbezogenes Wissen auszutauschen. Das Portal verfügt über die breiteste Zielgruppe.

„Lediglich bei der Altersklasse bis 25 Jahre muss sich Facebook Instagram geschlagen geben. Aber wie wir alle wissen, gehört Instagram zu Facebook. Wer sich also an Jugendliche und Nutzer zwischen 25 und 44 Jahren wenden möchte, ist mit Facebook und Instagram bestens beraten. Geht es um die Zielgruppe 45+, ist auch in diesem Fall Facebook die beste Adresse.“⁴²

Das bedeutet das Facebook seit dem Kauf von Instagram im April 2012 ein breiteres Zielgruppenspektrum abdecken kann und durch den Zugkauf von WhatsApp es seine Zielgruppenbasis verjüngte. Bei Facebook wurde das Mindestalter für Anmeldungen auf 13 Jahre festgelegt, für WhatsApp galt ein Mindestalter von 16 Jahren.

36 Vgl.: a.a.O.

37 Vgl.: <http://www.n-tv.de/wirtschaft/Facebook-verdient-weniger-article15620576.html>

38 Vgl.: <http://dieboersenblogger.de/?s=facebook+ipo>

39 Vgl.: <http://www.stern.de/digital/online/facebook-kauft-instagram-die-milliarden-dollar-idee-3062450.html>

40 Vgl.: <http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/facebook-kauft-whatsapp-und-irritiert-hightech-firmen-wie-google-a-954553.html>

41 Vgl.: <http://www.social-media-aachen.de/blog/facebook-nutzerzahlen-2015-status-des-netzwerks/>

42 Zitat: <http://www.futurebiz.de/artikel/zielgruppen-von-sozialen-netzwerken/>

Aber wenn Eltern ihren Kindern ein Smartphone kaufen, ermöglichen sie ihnen den Zugang zu WhatsApp, so dass die Zielgruppe wesentlich jünger ist, als das lt. AGB's festgelegte Nutzungsalter. Interessant ist auch die Tatsache, dass es in den USA mittels Gesetz⁴³ verboten ist, Daten über Kinder im Netz zu sammeln. Jedoch hat sich Mark Zuckerberg gegen dieses Gesetz ausgesprochen. Er möchte nur aus Bildungsgründen Kindern den Zugang ermöglichen.⁴⁴

Diese breitgefächerte Altersgruppe macht es dem Unternehmen leicht, immer die richtige Zielgruppe anzusprechen. Mit Werbung generierte Facebook im vierten Quartal 2014 3,59 Milliarden Dollar Einnahmen.⁴⁵ Facebook plant neue Geschäftsfelder. Neben der Überweisung von Geld, in Kooperation mit Visa oder Mastercard⁴⁶, sollen Spracherkennung⁴⁷, live Online-Übersetzung⁴⁸ oder auch Datenbrillen⁴⁹ zukünftig das Facebook Repertoire verbreitern. Durch diese ständige Erweiterung des Spektrums gewinnt Facebook auch heute noch immer mehr Nutzer.

Im Gegensatz zu Facebook hatten andere Netzwerke in den letzten Jahren deutliche Probleme. So sind bei den VZ-Netzwerken⁵⁰ ein starker Mitgliederschwund zu verzeichnen.⁵¹ Jüngere Netzwerke wie ello.com haben es dagegen schwer gegen Facebook anzukommen, mit ähnlichen Funktionen und bei dem durch den Nutzer stattfindenden Vergleich verlieren sie meist zu Gunsten des größeren Netzwerkes.⁵²

43 „Children's Online Privacy Protection Act“

44 Vgl.: <http://www.rp-online.de/digitales/smartphones/whatsapp-fuer-kinder-und-jugendliche-verbotten-aid-1.4439209>

45 Vgl.: <http://www.derwesten.de/wirtschaft/smartphone-werbung-beschert-facebook-neues-rekord-ergebnis-id10286326.html>

46 Vgl.: <http://www.faz.net/aktuell/finanzen/digital-bezahlen/facebook-laesst-nutzer-geld-ueberweisen-13490184.html>

47 Vgl.: c't Magazin für Computer Technik Ausgabe 16/2015 „Thema: Digitale Assistenten“ Seite 123

48 Vgl.: a.a.O.

49 Vgl.: <http://www.teltarif.de/facebook-kauf-datenbrille-oculus-rift/news/55001.html>

50 wie SchülerVZ und StudiVZ,

51 Vgl.: <http://wannstirbtstudivz.net/>

52 Vgl.: <http://www.soziale-netzwerke-links.de/ello.html>

Instagram

Instagram ist eine Plattform für Micro-Blogging mit audiovisuellen Beiträgen. Diese App wurde 2010 erstellt und das Unternehmen in Folge für ca. 1 Milliarde US-Dollar im April 2012⁵³ von Facebook aufgekauft. Weltweit hat Instagram rund 300 Millionen Nutzer⁵⁴ (Stand: 30.07.2015). Durch Apps für Android⁵⁵ und iOS⁵⁶ können Fotos direkt vom Smartphone gepostet werden. Diese Bilder lassen sich mit der App anfertigen und zusätzlich noch filtern, verfremden und im Netzwerk hochladen, um diese dann mit den Freunden zu teilen. Ursprünglich war nur eine App vorgesehen, so lässt es sich zwar auch über den PC nutzen, allerdings nur mit sehr eingeschränkten Funktionen.⁵⁷

Google+

Am 28. Juni 2011 ging Google+ als ein weiteres soziales Netzwerk an den Start. Da es viele ähnliche Funktionen wie Facebook hatte, wurde es immer mit dem „blauen Riesen“ verglichen. Der Hintergrund des Aufbaus eines sozialen Netzwerkes war, Suchanfragen und insbesondere Werbung noch besser auf den Konsumenten abstimmen zu können. Und damit die Grundlage für das semantische Suchen⁵⁸ zu legen.

Die Verknüpfung, von durch das Netzwerk, gewonnenen Daten mit denen von anderen Googleprodukten warfen Fachkreise Google+ vor.

Google hat, nach eigenen Angaben, es nie in Betracht gezogen, Facebook einzuholen oder gar zu überholen. Im Gegensatz zu Facebook ist Google+ auch wesentlich kleiner. Im April 2015 waren es knapp 2,5 Milliarden aktive Nutzer.⁵⁹

Google selbst beschreibt Google+ als eine „soziale Schicht“, die die Google Produkte erweitert. Google versuchte sich von anderen Netzwerken zu unterscheiden, da deren Zugang sich meist nur auf deren eigene Website beschränkt.⁶⁰

53 Vgl.: http://praxistipps.chip.de/wie-funktioniert-instagram-eine-kleine-einfuehrung_3508

54 Vgl.: <http://www.inside-handy.de/news/36503-facebook-quartalszahlen-facebook-messenger-hat-700-millionen-nutzer-instagram-300-millionen>

55 Googles linuxbasiertes Betriebssystem für Handheld-Produkte (Smartphones, Tablets)

56 Betriebssystem für Appel-Produkte

57 Vgl.: http://praxistipps.chip.de/wie-funktioniert-instagram-eine-kleine-einfuehrung_3508

58 Die semantische Suche ist eine Suchmethode, bei der die inhaltliche Bedeutung der Suchanfragen wichtig ist. Eine solche Suchanfrage soll präziser sein und wird mit inhaltlich relevanten Texten in Verbindung gebracht. Die Intentionen hinter den Keywords wird versucht zu erkennen. Die individuell relevanten Ergebnisse anhand einer semantischer Beziehungen zwischen den gesuchten Begriffen und anderen in einem Index vorhandenen Informationen soll assoziieren werden.

59 Vgl.: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/215589/umfrage/prognose-zu-den-weltweiten-nutzerzahlen-von-google-plus/>

60 Vgl.: <http://thenextweb.com/socialmedia/2012/03/08/for-the-last-time-lets-all-say-it-together-google-is-not-a-social-network/>

Somit bot es einen ähnlichen Funktionsumfang wie Facebook, die Nutzer konnten ein eigenes Profil anlegen und bebildern sowie dann Kontakte mit anderen Menschen aufnehmen.

Darüber hinaus benutzte Google seinen sozialen Mediendienst auch für die Suchmaschinenfunktion, da Informationen aus Google+ in die Suchergebnisse integriert wurden. Die Seite bot ihren Nutzern eine Reihe von sogenannten Social Plug-ins.⁶¹ Außerdem konnten Nutzer detaillierter bestimmen, welcher Kreis von Personen, welche der eigenen Informationen sehen darf.⁶²

Ende Juli 2015 wurde bekannt, das sich Google+ vom Markt verabschieden wird.⁶³

Ello

Die Ello-Gründer haben ihr Netzwerk als „Anti-Facebook Positionierung“ geplant. Es wurde von einer Gruppe von sieben Künstlern und Designern geschaffen, um eine Social-Networking-Erfahrung mit mehr Privatsphäre zu bieten. Zudem versprechen sie eine werbefreie Schnittstelle. Ello-Nutzer kann man nur werden, wenn man eingeladen wird.⁶⁴

Allerdings, wenn man einen genauen Blick auf die Datenschutzrichtlinien von Ello wirft, stellt man fest, dass es nicht ausschließt, auch in Zukunft keine Werbung anzubieten.⁶⁵ Damit zeigt sich das Ello kein Anti-Facebook ist, sich lediglich im Aufbau und in der Verwendung unterscheidet.

XING

Das Karriere-Netzwerk XING wurde direkt für berufliche Kontakte aufgebaut. Das deutsche Unternehmen mit Sitz in Hamburg wurde 2003 durch Lars Hinrichs gegründet.⁶⁶ Der Datenserver steht in Deutschland, wodurch auch der Datenschutz dem deutschen Recht unterliegt. Bis zum Jahr 2006 ist das Netzwerk unter dem Namen openBC für Open Business Club aufgetreten.⁶⁷

61 Social Plug-ins oder auch Soziale Medien Plug-ins schaffen eine Verknüpfung von Webseiten, Blogs und Apps mit sozialen Netzwerken.

62 Vgl.: <https://support.google.com/plus/?hl=de&guide=1257347&rd=1#topic=3049661>

63 Vgl.: <http://www.absatzwirtschaft.de/google-der-suchriese-laetet-den-anfang-vom-ende-ein-60279/>

64 Vgl.: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/ello-facebook-alternative-ohne-werbung-mit-nacktbildern-a-993915.html>

65 Vgl.: <http://www.inc.com/larry-kim/5-things-you-need-to-know-about-anti-facebook-social-network-ello.html>

66 Vgl.: https://www.XING.com/profile/Lars_Hinrichs

67 Vgl.: https://corporate.XING.com/fileadmin/image_archive/ir_OPEN_Business_Club_AG_Geschaeftsbericht_2006_deutsch.pdf

Auf dieser Plattform sollen Unternehmen und Personen durch ihre berufliche Selbstdarstellung Netzwerke aufbauen.

So werden mittels Veröffentlichungen des beruflichen Werdegangs, Wissen und Kenntnisse mit Interessen verknüpft. Zum Beispiel: suche in München einen Job, biete Marketing- sowie Kommunikationskenntnisse und fotografiere leidenschaftlich gern.

Dadurch lassen sich dann Profile spezifizieren und konkrete berufliche Kontakte, Stellenbewerbungen und Fachgespräche anbahnen. Dies ist über eine private Nachricht, einen Post in themenbezogen Gruppen oder als Forumbeitrag möglich. Auch die Information über branchenbezogene Nachrichten gehört zu dem Repertoire von XING.

Über sogenannte XING-Events kann man nicht nur für eine Veranstaltung werben, sondern auch andere Xing-ler treffen.⁶⁸ International hat XING mehr als 15 Millionen aktive Nutzer (Stand: Dezember 2014)⁶⁹, davon alleine 9,2 Millionen im deutschsprachigen Raum. (Stand: Juni 2015)⁷⁰ Ursprünglich gab es nur eine deutsche Ausrichtung von XING, mittlerweile ist es nach Spanien und Luxemburg expandiert.⁷¹

Mit der Job-App von XING erhält man Informationen über angebotene Arbeitsstellen. Neben diversen Voreinstellungen der App für die Arbeitssuche, kann man über Kununu auch das Profil des zukünftigen Arbeitgebers abrufen. Auch ist es möglich basierend auf dem persönlichen Job-Profil sich von XING Vorschläge erstellen zu lassen.⁷²

So hat man ständig die Möglichkeit sein persönliches Marketing zu verbessern. Ob allerdings die Qualität einer Bewerbung über die „Job-App“ genauso qualitativ hochwertig ist, wie eine herkömmliche Bewerbung, ist fraglich und abhängig von den Vorlieben des zukünftigen Unternehmens.

68 Vgl.: <http://www.thirty-up.de/2011/04/06/allgemein/verlosung-2-x-2-freikarten-zum-XING-regionaltreffen-am-12-04-11-im-neptunbad-gewinnen/5299>

69 Vgl.: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/13587/umfrage/anzahl-der-mitglieder-des-social-network-xing-seit-2006/>

70 Vgl.: https://corporate.XING.com/no_cache/deutsch/unternehmen/XING-ag/

71 Vgl.: <https://www.XING.com/imprint>

72 Vgl.: <http://mobilbranche.de/2015/03/XING-app-stellenmarkt>

ResearchGate (RG)

Diese Plattform ist speziell für Wissenschaftler ausgelegt. Seit ihrer Gründung im Mai 2008 hat sie ihren Sitz in Berlin und Boston (USA).⁷³ Im August 2014 waren 5 Millionen Mitglieder angemeldet.⁷⁴ Hier können Leute ihre wissenschaftlichen Ideen und Visionen mit anderen teilen und sich z.B. über neue Trends oder Entwicklungen informieren.⁷⁵

Ein wesentliches Element ist der RG-Score als Science Citation Index (SCI). Der SCI zeigt an wie oft ein Artikel von Dritten zitiert wird, daraus kann der Einfluss des Wissenschaftlers im Fachgebiet errechnet werden. Der RG-Score ist ebenfalls die Reputation des Wissenschaftlers im Fachgebiet, allerdings wird die Formel nicht veröffentlicht und hat sich im Laufe der Zeit verändert. Er bezieht sich ausschließlich auf die Daten, welche ResearchGate vorliegen.

Allerdings muss auch hier Kritik angebracht werden, Forscher, welche mehrere Veröffentlichungen tätigten, berichteten, dass ResearchGate über sie ein Profil, ohne ihre Zustimmung, angelegt hat. Man muss dort nicht einmal angemeldet sein. RG erstellt diese Profile mit Hilfe von Webcrawlern⁷⁶ und PDF-Dokumenten ohne das Wissen des Forschers. RG löscht diese Profile nicht wieder, auch nicht auf Anfrage.

Tumblr

Tumblr ist ein Blogger Netzwerk. Der WebBlog (kurz Blog) kommt aus dem Englischen und setzt sich aus den Worten Web und Log für Logbuch zusammen. Der Nutzer kann Texte, Bilder, Zitate, Chatlogs, Links und Video- sowie Audiodateien auf dieser Plattform veröffentlichen. Dabei ist es wichtig, dass erstellte Inhalte so oft wie möglich wieder publiziert werden, das nennt man Reblogging. Tumblr bietet den Vorteil, dass in Verbindung mit der Nutzung von WordPress⁷⁷ oder GetGlue⁷⁸ die Content-Generierung, d.h. das Erzeugen von Inhalten, vereinfacht wird.⁷⁹

73 Vgl.: <http://www.taz.de/1/archiv/digitaz/artikel/?ressort=wi&dig=2012/09/28/a0129>
<http://www.linkfang.de/wiki/ResearchGate>

74 Vgl.: <http://gruenderzeit.morgenpost.de/2014/08/13/researchgate-mit-5-millionen-nutzern/>

75 Vgl.: <http://www.soziale-netzwerke-links.de/researchgate.html>

76 Webcrawler sind automatischen Datensammlern

77 Software für Server um einen Weblog zu betreiben

78 weitere Software für Server um einen Weblog zu betreiben

79 Vgl.: <http://www.gruenderkueche.de/fachartikel/die-besten-10-soziale-netzwerke-und-wie-sie-sie-nutzen/>

Twitter

Twitter ist ein Kurznachrichtendienst. Eine Mitteilung darf maximal 140 Zeichen umfassen. Diese kann mit einem At „@“ an jemanden adressiert oder mit einem Hashtag „#“ zu einem Thema verfasst werden. Diese Inhalte können, ähnlich wie bei YouTube und Facebook, über das Teilen und Abonnieren von Inhalten verbreitet werden. Bei Twitter nennen sich die Abonnenten Follower.

Twitter kann nach wie vor einen großen Nutzerzuwachs verzeichnen. Jedoch schwanken die Zahlen der aktiven Nutzer im Quartal um etwa 10%. Im 2. Quartal 2015 hatte Twitter 304 Millionen aktive Nutzer.⁸⁰

Deutschland zählt allerdings zu den Ländern, in denen Twitter nur eine untergeordnete Rolle spielt. Nur etwa sechs Prozent der Deutschen „zwitschern“, wie das Nutzen der Twitter-Funktionen umgangssprachlich bezeichnet wird.

Twitter ermöglicht neuerdings deutschen Unternehmen Marketingmaßnahmen und somit den Zugang zu Sozialen Medien. Bisher war es nur US-amerikanischen Unternehmen erlaubt auf Twitter zu werben.⁸¹

Pinterest

Es startete offiziell 2010. Nutzer können Posts in Form von Bildern, Videos, Texten und sonstigen Medien an virtuelle Pinnwände heften. Dies kann dann mit anderen Nutzern geteilt werden. Eine Registrierung wird vereinfacht, in dem bereits angemeldete Mitglieder Einladungen via E-Mail versenden. Aktuell ist Pinterest nur in Englisch verfügbar.⁸² Im Januar 2015 hatte es weltweit 750 Millionen Pinnwände.⁸³

80 Vgl.: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/232401/umfrage/monatlich-aktive-nutzer-von-twitter-weltweit-zeitreihe/>

81 Vgl.: http://www.haufe.de/marketing-vertrieb/online-marketing/twitter-ads-das-koennen-sie-leisten_132_298292.html

82 Vgl.: <http://www.soziale-netzwerke-links.de/pinterest.html>

83 Vgl.: <https://buggisch.wordpress.com/2015/01/07/social-media-und-soziale-netzwerke-nutzerzahlen-in-deutschland-2015/>

Flickr

Auch die Flickr Plattform bietet ihren Nutzern die Möglichkeit Bilder hochzuladen, zu teilen und zu kommentieren. Freunde können von Facebook und anderen Plattformen eingeladen werden. Jedes Bild, welches bei Flickr hochgeladen wird, ist für jeden Nutzer frei verwendbar. Und auch wie bei Instagram ist es möglich mit der Flickr-App Bilder zu machen, zu bearbeiten und diese hochzuladen.⁸⁴

YouTube

Die Video-Plattform YouTube ist ein US-Amerikanisches Unternehmen, das heute zu Google gehört. Sie ist derzeit die größte internationale Plattform für das Ansehen, Teilen und Hosten von Videos.

Am 15. Februar 2005 wurde YouTube von Chad Hurley, Steve Chen und Jawed Karim gegründet.

Der Begriff YouTube setzt sich aus „Tube“ zu deutsch „Röhre“, als umgangssprachliche Bezeichnung für Fernseher und dem You zu deutsch „Du“, zusammen. „Du Röhre“ soll dabei eher als „Du sendest“ verstanden werden.⁸⁵ Das Unternehmen wurde 2006 für 1,65 Milliarden Dollar von Google aufgekauft.⁸⁶

Die ursprünglichen Idee war ein Web-Portal zu erstellen, auf welches man Privatvideos hoch lädt, über die man sich dann mit Freunden unterhalten kann. Davon hat sich YouTube aber weit entfernt. Neben Privatpersonen⁸⁷ betreiben Unternehmen⁸⁸, Stars⁸⁹, Institutionen, wie die Hochschule Mittweida⁹⁰, die SLUB Dresden⁹¹ und auch die Bundesregierung⁹² eigene Kanäle. Sie versorgen Abonnenten in regelmäßigen oder unregelmäßigen Abständen mit neuen Videos. Diese können von jedem kommentiert und diskutiert werden.

84 Vgl.: <http://beste-apps.chip.de/android/app/flickr-android-app.com.yahoo.mobile.client.android.flickr/>

85 Vgl.: <http://www.a3w.de/youtube/>

86 Vgl.: http://googlepress.blogspot.de/2006/10/google-to-acquire-youtube-for-165_09.html

87 <https://www.youtube.com/user/cptransom>

88 <https://www.youtube.com/user/cocacola>

89 <https://www.youtube.com/user/WilliamShatner>

90 <https://www.youtube.com/user/HochschuleMittweida>

91 <https://www.youtube.com/user/SLUBDresden>

92 <https://www.youtube.com/user/bundesregierung>

Laut der offiziellen Statistik von YouTube nutzen mehr als 1 Milliarde Menschen diese Plattform, pro Minute werden 300 Stunden Videomaterial hochgeladen. Es kann in 75 Ländern und 61 Sprachen genutzt werden.⁹³

YouTube wird gern als Werbeplattform genutzt, gerade Unternehmen oder Stars betreiben Selbstmarketing über ihre Kanäle. Und mit Youtube kann man auch Geld verdienen.

„Pro 1.000 Klicks verdient man rund 1 Euro.“⁹⁴

D.h. um von diesen Einnahmen leben zu können, muss man viele ansprechende Videos hochladen. Aber auch mittels Product Placement⁹⁵ Videos können sich sogenannte YouTube Stars finanzieren. Allerdings kann gerade einmal 1 Prozent der „Kanaler“ von ausschließlich dieser Arbeit leben.⁹⁶

Deutsche Kanäle sind beispielsweise „Nachrichten“ mit 33.815.984⁹⁷ oder „ARD“ mit 201.531⁹⁸ Abonnenten (Stand: 31.07.2015). Die Menge der Abonnement ist ein direkter Indikator für die Beliebtheit eines Kanals. Der meist abonnierte YouTube Kanal weltweit nennt sich PewDiePie und hat 38.408.216 Abonnenten (Stand: 31.07.2015). Gronkh ist der meist abonnierte YouTuber in Deutschland. Er hat 3.725.914 Fans (Stand: 31.07.2015).

Mit der Rechteverwertungsgesellschaft Gema hatte YouTube bereits des öfteren Probleme. Es ging um die Rechte der Videos, welche von Nutzern hochgeladen werden. Anfang 2013 führte ein Streit mit der Gema zur Sperrung vieler Videos.⁹⁹ Jedoch plant die EU diese Einschränkungen, von in der EU hochgeladenen Videos, wieder zu entfernen.¹⁰⁰

last.fm

Auf last.fm können Nutzer sich entsprechend ihrer Hörgewohnheiten mit Musik beschäftigen. Hier gibt es Empfehlungen und man kann Menschen mit ähnlichem Musikgeschmack kennenlernen.

93 <http://www.youtube.com/yt/press/de/statistics.html>

94 Zitat: <http://www.onlinemarketingrockstars.de/monatlich-fuenfstellige-summen-so-viel-laesst-sich-mit-youtube-verdienen/#>

95 Product Placement oder auch Produktplatzierung ist die gezielte Darstellung von Markenprodukten in den Medien. Dies wird hauptsächlich in Film und Fernsehen genutzt.

96 Vgl.: <http://www.onlinemarketingrockstars.de/monatlich-fuenfstellige-summen-so-viel-laesst-sich-mit-youtube-verdienen/#>

97 Vgl.: <https://www.youtube.com/channel/UCYfdidRxbB8Qhf0Nx7ioOYw/about>

98 Vgl.: <https://www.youtube.com/user/ARD/about>

99 Vgl.: <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/gema-streit-youtube-sperrt-61-5-prozent-der-angesagtesten-videos-a-880005.html>

100 Vgl.: <http://deutsche-wirtschafts-nachrichten.de/2015/03/27/eu-will-laender-sperrung-bei-youtube-verbieten/>

Wikipedia

Das Onlinelexikon Wikipedia wurde im Januar 2001 gegründet und gehört zu den sieben meistbesuchten Plattformen der Welt. Es kann in mehr als 280 Sprachen genutzt werden. Jeder Internetnutzer kann Wikipedia nicht nur lesen, sondern auch als Autor daran arbeiten. Ca. 6.000 Autoren arbeiten regelmäßig an der deutschsprachigen Ausgabe (Stand: Mai 2015).¹⁰¹

ICQ

ICQ steht für die englische Redewendung „I seek you“, zu deutsch „Ich suche dich“ und ist ein Instant-Messenger für kostenloses Messaging sowie Video- und Sprachanrufe. Dateien wie zum Beispiel Fotos, Videos, Audiodateien und andere Dokumente können einfach via Drag-and-Drop direkt über das Chat-Fenster an den gewünschten Kontakt geschickt werden. Inzwischen kann ICQ auch mit den gängigen sozialen Netzwerken wie zum Beispiel Facebook und Twitter verknüpft werden.¹⁰²

2.2.2 Der Nutzen der Sozialen Medien

Diese Frage muss beantwortet werden, um analysieren zu können, wie das Nutzungsverhalten des Einzelnen in Sozialen Netzwerken aussieht. Auch ist es wichtig, das Verhalten in der Vergangenheit zu beurteilen, um Prognosen für die Zukunft zu stellen.

Nutzergruppen

Noch Mitte der 90er Jahre war der „typische Internetnutzer“ männlich, im Alter zwischen 20 bis 39 Jahren und gut gebildet.¹⁰³ Den typischen Nutzer gibt es heute nicht mehr. Jedoch lassen sich die Nutzer wie folgt kategorisieren:

Die erste Hauptgruppe sind Menschen, welche weder einen Zugang noch das Interesse am sozialen Netz haben. Ursachen können dafür sein: zu gering finanzielle Mittel, der Mangel an Wissen oder Angst.

¹⁰¹ Vgl.: <https://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>

¹⁰² Vgl.: <https://www.icq.com/de>

¹⁰³ Vgl.: Meißelbach Christoph, Web 2.0. – Demokratie 3.0? – Demokratische Potentiale des Internets, Baden-Baden : Nomos 2009, Seite: 59

Die zweite Gruppe hat einen oder mehrere Accounts. Diese Gruppe nutzt zum Teil Avatare¹⁰⁴ um eine Anonymität im Netz zu schaffen. Dies wird getan um nicht zu viele Daten im Internet von sich preis zu geben, und weniger um Verbrechen zu begehen, so wie es in dem Roman „Der Circle“¹⁰⁵ als „der Grund“ dargestellt wird.

Die dritte Gruppe geht mehr oder weniger sorglos mit ihren Daten um. Sie postet und kommunizieren über alles und jeden. Sie haben ständig das Bedürfnis, online zu sein und werden auch von ihrem sozialen Umfeld zu einer ständigen Aktivität „gezwungen“. Diese Gruppe wird meist durch Minderwertigkeitskomplexe z.B. durch Arbeitslosigkeit, Bildungsmangel oder narzisstischer Natur gedrängt, sich ständig der Umwelt mitzuteilen.¹⁰⁶

Die zweite und dritte Gruppe konnten noch 2006 durch die sogenannte Nielsen-Regel¹⁰⁷ als Grundlage der Verhaltensverteilung von Nutzern innerhalb von sozialen Gemeinschaften, dargestellt werden.

Diese Regel besagt, dass es eine klare Unterteilung der Nutzer in drei Kategorien gibt:

- 90% der gesamten Konsumentenmenge lesen andere Beiträge,
- 9 % verbreiten Beiträge in ihrem Netzwerk und
- 1% tritt aktiv als Autor von medialen Beiträgen auf.¹⁰⁸

Mittlerweile kann man Veränderungen feststellen. Bis zum Jahr 2015 sind zwar die drei Gruppen bestehen geblieben, aber die Verteilung hat sich verändert:

- 23% nehmen immer noch lediglich lesend am Netzwerk teil,
- 60% verbreiten und schreiben ab und zu Meinungen und Kommentare zu dem, was sie veröffentlichen und
- 17% der User nutzen die Netzwerke, um mediale Beiträge zu erstellen.¹⁰⁹

104 In Sozialen Medien ist ein Avatar eine künstliche Figur, welche als virtueller Stellvertreter des Nutzers verwendet wird.

105 Vgl.: Eggers, Dave, Der Circle, Köln : Kiepenheuer & Witsch, 2015

106 Vgl.: <http://www.rollingstone.de/studie-will-belegt-haben-reiche-nutzen-instagram-zum-protzen-dumme-surfen-bei-facebook-701396/>

107 geht auf den dänischen Usability-Experten Jakob Nielsen (Jahrgang 1957) zurück

108 Vgl.: <http://www.tschlotfeldt.de/elearning-wiki/90-9-1-Regel>

109 Vgl.: <http://www.centrestage.de/2012/05/14/90-9-1-war-gestern/>

So wie die Nutzung des Internets, so verteilt sich auch die Nutzung der Sozialen Medien. Die Älteren sind eher zurückhaltend aus Angst etwas „falsch“ zu machen, während die Jüngeren alles ausprobieren möchten. Und diejenigen, die sich zwischen den beiden Gruppen befinden, kennen die Risiken und sehen auch den Nutzen, den die digitale Welt mit sich bringt.

Jede dieser Nutzergruppen hat bestimmte Präferenzen. Beispielsweise sind pubertierende Mädchen eher bei Facebook und Youtube anzutreffen, um andere um Rat zu fragen und ihre Erfahrungen zu teilen.

Dafür werden drei Managementebenen genutzt:

- Identitätsmanagement,
- Beziehungsmanagement und
- Informationsmanagement.

Identitätsmanagement

Darunter versteht man die Verwaltung von Identitäten und/oder von Identitätsdaten. Es findet beim Ausfüllen der eigenen Profilseite, sowie beim Erstellen und Hochladen eigener Inhalte statt.¹¹⁰

Die Individualisierung ist ein zentrales Merkmal der Modernisierung. Früher wurde Menschen die Frage nach der eigenen Identität durch Traditionen der gesellschaftlichen Zugehörigkeit vorgegeben. Eine gesellschaftliche Stellung ist heute nicht mehr von Geburt an festgelegt, man kann sich selber seinen „Platz im Leben“ erarbeiten. Dazu gehört aber auch der „richtige“ Konsum von Medien. Somit wird das Identitätsmanagement zur „Arbeit an der eigenen Identität“. Dieser Individualisierungsprozess in der Gesellschaft brachte einen Wandel der Medien mit sich.¹¹¹

Mit den neuen Medien¹¹² ist es leichter, sich als Persönlichkeit für sich selber und für andere darzustellen und mit sich zu befassen, dabei ist es unerheblich, ob dies der Realität entspricht. Die Präsentation der Persönlichkeit wird als dauernder Prozess angesehen, der sich der Gesellschaft in den Sozialen Medien immer wieder anpasst.

110 Vgl.: Schmidt Jan-Hinrik, Das neue Netz – Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0, Konstanz : UVK-Verlagses. 2011 Seite: 73

111 a.a.O. Seite: 73

112 Neue Medien sind alle Medien, deren Nutzung durch das Internet ermöglicht wird.

Durch das Soziale Web ist die Selbstdarstellung wesentlich einfacher geworden, so kann jeder auf z.B. Facebook sich über ein Nutzerprofil präsentieren. Ein Fernsehauftritt ist nicht so leicht zu organisieren. Aber gerade diese Einfachheit birgt auch große Risiken.

In der physischen Welt ist es wesentlich einfacher seine Daten nur in dem gerade benötigten Umfang herauszugeben, während es im Internet, dem großen Datenspeicher, nicht leicht ist, seine Daten zu schützen, wie zum Beispiel:

Bei einem Einkauf, gibt man im Geschäft nur die Informationen an, die dafür benötigt werden. Wer jedoch online einkauft, präsentiert sein komplettes Persönlichkeitsprofil. Nicht jeder möchte bei einem herkömmlichen Einkauf Daten von sich bekannt geben. Für den Kauf einer Hose ist es z.B. nicht nötig, seinen Beziehungsstatus oder die Adresse anzugeben. Auch Hobbys und das Einkommen sollten die Qualität der Beratung nicht beeinflussen. Diese Daten könnten zwar zukünftig für eine gezielte Werbung wichtig sein, jedoch ist es fraglich, ob dies der Kunde möchte.

Damit ist es für das digitale Identitätsmanagement wichtig, die Fragen zu beantworten: Was will man von sich bekannt geben und welche Informationen sollten weiterhin zurück gehalten werden? Hinzu kommt, dass der Wunsch nach Anonymität durch eine Realnamen-Pflicht, wie bei Facebook, unmöglich ist.

So müssen Nutzer mit der Anmeldung die Bestimmungen von Facebook akzeptieren und versichern, „keine falschen persönlichen Informationen abgegeben zu haben.“¹¹³

Gleichzeitig bietet Facebook eine Reihe an Maßnahmen zum Schutz der Anonymität, die sogenannten Privatsphäre-Einstellungen.¹¹⁴ Seitdem es an der Börse aktiv ist, dürfte jedem Nutzer klar sein, dass der „blaue Riese“ ein großer Datensammler ist. Es gilt die Devise: Daten, über welche Facebook nicht verfügt, kann das Unternehmen nicht verkaufen.

¹¹³ Zitat.:https://de-de.facebook.com/legal/terms?locale=de_DE

¹¹⁴ Vgl.:<http://www.facebook.com/reqs.php#/terms.php>

Beziehungsmanagement

Darunter versteht man aufeinander abgestimmte Maßnahmen zur Anbahnung und Pflege von Privat- und Geschäftsbeziehungen. Es findet beim Annehmen von Kontaktgesuchen oder durch eine Unterhaltung mit anderen Nutzern statt.¹¹⁵

Das Identitätsmanagement ist nicht vom Beziehungsmanagement zu trennen, da auch die gesellschaftlichen Beziehungen des Individuums zur eigenen Identität gehören.

So sind soziale Netzwerke, sowohl physisch als auch digital, bei der Aufrechterhaltung virtueller sozialer Beziehungen nicht mehr wegzudenken. Dadurch ist die Beziehungspflege erleichtert worden.

Die mobile Kommunikation ermöglicht den medialen Konsum in nahezu sämtlichen Lebensbereichen. Der Trend der Medialisierung hat durch seine Allgegenwärtigkeit in den letzten Jahren stark zugenommen.¹¹⁶ Mit dem Internet ist es einfach große räumliche Distanzen schnell zu überwinden.

Wenn nur noch die Anzahl der Freunde auf Facebook und der Follower bei Twitter zählt und nicht mehr die persönliche Beziehung im Vordergrund steht, dann sind die Bekanntheitsabstufungen „fremder Mensch“, „durch Blickkontakte bekannt“, „durch Sprechkontakte bekannt“, „Freund“, „enger Freund“ nicht mehr anwendbar.

Informationsmanagement

Dies ist das „Selektieren, Filtern, Bewerten und Verwalten verschiedener Informationen.“¹¹⁷

Das Informationsmanagement wird beim Bewerten von Inhalten z.B. durch das Benutzen von Facebooks „Like Button“ oder das Abonnieren einer Gemeinschaftsseite genutzt.¹¹⁸

Es beschreibt die Möglichkeiten einer Person sich Wissen anzueignen.

In den letzten Jahren haben sich die Informationstechnologien in alle Lebensbereiche ausgebreitet und somit wird der Trend der „Informatisierung“ fortgesetzt.¹¹⁹

115 Vgl.: Schmidt Jan-Hinrik, Das neue Netz – Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0“ Konstanz : UVK-Verlags, 2011 Seite: 73

116 Vgl.: a.a.O. Seite: 87

117 Zitat: Schmidt Jan-Hinrik, Das neue Netz – Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0 Konstanz : UVK-Verlags, 2011 Seite:73

118 Vgl.: a.a.O. Seite: 73

119 Vgl.: a.a.O. Seite: 96

„Informatisierung bezeichnet allgemein einen sozialen Prozess der Erzeugung und Nutzung von Informationen, um daraus weitere Informationen erzeugen zu können.“¹²⁰

Wikipedia ist das populärste Beispiel hierfür. Die ursprüngliche Idee war, ein Onlinelexikon zu schaffen, welches allen kostenlos zur Verfügung stehen sollte. Um so viel wie möglich Informationen zu sammeln, sollten alle Nutzer daran arbeiten können. Das Problem war und ist, dass durch Halbwissen oder durch die Absicht Informationen zu verfälschen, sich Fehler eingeschlichen haben.

Ein berühmtes Beispiel ist der elfte Vornahme des Karl-Theodor zu Guttenberg¹²¹. Bei Wikipedia wurde dem „Karl-Theodor Maria Nikolaus Johann Jacob Philipp Franz Joseph Sylvester Freiherr von und zu Guttenberg“ einfach ein „Wilhelm“ ergänzt und auch diesen haben BILD, Süddeutscher Zeitung und anderen namhaften Zeitungen veröffentlicht. Begründung für diese Wikipedia-Verfälschung war, dass damit auf die unzureichende Recherche der Journalisten aufmerksam gemacht werden sollte.¹²²

Anders als bei „Wikipedia“ der „Mutter aller Wikis“, werden in viele „Fach-Wikis“, wo Fachleute oder Fans von Filmen, Büchern, Videospielen usw. ihr Wissen verbreiten, diese Artikel vor der Veröffentlichung von einer Redaktion überprüft.

Heute wird das Informationsmanagement noch durch Suchmaschinen und Blogs unterstützt. Doch auch hier gibt es Probleme, da die Fragmentierung des Wissens ständig zunimmt, jedoch die „Haltbarkeit“ der Informationen ständig sinkt.

Personen, welche sich in Fach-Communities oder Gesprächsgruppen online zusammenfinden, haben meist ähnliche Ansichten zu gewissen Themen, so werden kritische Fragen nicht gestellt und kritische Stimmen nicht gehört.

Doch wer wirklich mal über den Tellerrand hinaus blicken will, stößt auf ein weiteres Problem. Die Google-Ergebnis-Listen zeigen zuerst die Ergebnisse mit der höchsten Reichweite oder die Ergebnisse von den Google-Partnern, welche am meisten dafür zahlen.

Kaum ein Nutzer macht sich die Mühe, die vielleicht fünfte Seite der Google Ergebnisse durchzuschauen und damit möglicherweise eine Fachplattform zu einem bestimmten Thema zu finden. So wird die am meisten verbreitete Meinung weiter verbreitet.

¹²⁰ Zitat: <http://www.focus.de/schlagwoerter/themen/i/informatisierung/>

¹²¹ ehemaliger deutscher Wirtschafts- und Verteidigungsminister.

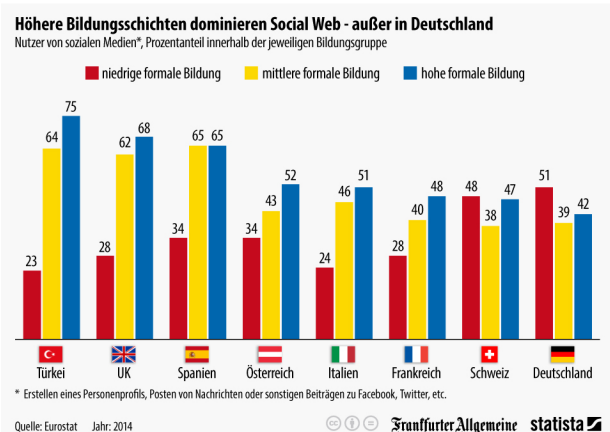
¹²² Vgl.: <http://www.sueddeutsche.de/kultur/minister-guttenberg-falscher-vorname-die-welt-als-wilhelm-und-vorstellung-1.471072>

Diese Informationsfilterung¹²³ führt zu einer Meinungseinschränkung, da durch das Filtern bereits gefasste Meinungen verstärkt werden und nicht mit neuen Informationen ein anderer Blickwinkel ermöglicht wird.

2.3 Das Bedürfnis zur Kommunikation

Zusammenfassend kann man sagen, dass das Internet die Individualisierung fördert. Man sitzt alleine vor dem PC und sucht sich Inhalte aus. Ohne Beziehung zu einem allgemein gültigen Kontext bekommt jeder nur die eigene subjektive Wahrheit.

Es zeigt sich, dass es auf den Familienbackground ankommt, in welchen Netzwerken sich die Nutzer anmelden. So sind 13- bis 17-jährige Nutzer in Amerika, deren Eltern mehr als 100.000 US-Dollar im Jahr verdienen, eher bei Instagram, während diejenigen deren Eltern nicht so vermögend sind, sich eher auf Facebook tummeln. In Europa sind Menschen mit höherem Bildungsabschluss in den sozialen Netzwerken dominierend. Außer in Deutschland und der Schweiz, hier eher mit niedriger formaler Bildung.¹²⁴



Aus einer Studie geht klar hervor, dass die sozialen Netzwerke genutzt werden,

Abbildung 3: Die Bildung von Facebook Nutzern

um das Bild was andere von einem haben zu kontrollieren, ob es mit dem Selbstbild übereinstimmt. Dies wurde in zwei Studien der University of Michigan herausgefunden.¹²⁵

Das wird nicht nur immer wichtiger, sondern auch immer stärker genutzt. Dies belegen die steigenden Zahlen der Facebooknutzer, die in Abbildung 4 bis 2017 prognostiziert werden.

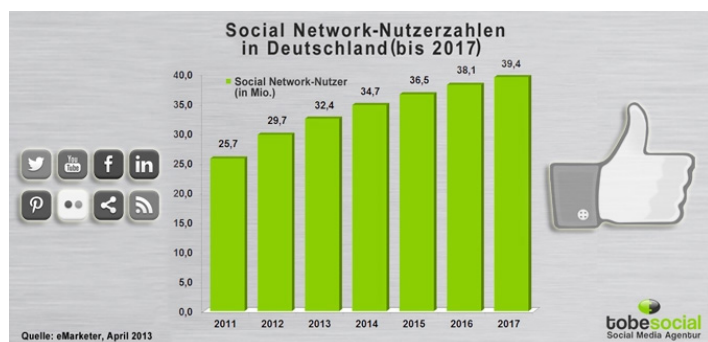


Abbildung 4: Nutzerzahlen Prognose von Facebook bis 2017

¹²³ auch als Agenda Setting von google

¹²⁴ Vgl.: <http://dradiowissen.de/beitrag/rich-kids-arme-sind-auf-facebook>

¹²⁵ Vgl.: https://www.psychologie-heute.de/news/gesundheitspsyche/detailansicht/news/twitter_ist_ein_megafon_facebook_ein_spiegel/

Erfahrungen des Alltagslebens werden im Internet kommuniziert. Inhalte, Aussagen und Informationen werden bewertet und kommentiert. Zugleich ist bekannt, wer die jeweilige Wertung getätigt hat. Somit werden Fakten immer auch mit Personen verbunden, dass führt zu schwachen Beziehungen.

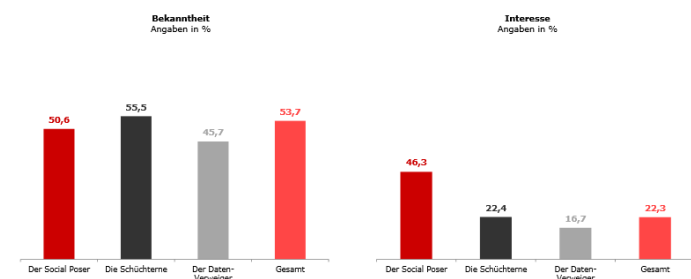
Durch den Verlust der traditionellen Bindungen wird die Identitätsfindung für Jugendliche immer schwieriger. Dies erfolgt durch die konkreten Erfahrungen im sozialen Alltag, vor allem im Austausch mit der Gruppe der Gleichaltrigen. Die Identitätsbildung ist ein lebenslanger Prozess.

Waren nun früher vor allem sprachliche Verständigungen mit anderen vordergründig, so bieten heute Medienerfahrungen neue wichtige Erlebnis-, Erfahrungs- und Reibungsformen. Reale und fiktive Personen in den Medien und im Internet sind zu wichtigen Begleitern und zum vordergründigen, sozialen Referenzsystem geworden. Mit der Explosion der Kommunikation im Netz wie Chatrooms, Mails, Foren, Twitter, Facebook etc. geht eine hohe Vernetzung der Jugendlichen einher. Die Anzahl der Freunde und Bekannten im Netz gilt als Statussymbol. Die Rezeption von Webinhalten geht nur selten in die Tiefe, damit entsteht ein Informationsrauschen.

Ein sozialer Trend ist der VLOG. Das ist ein persönlicher Video Blog, in dem man seine Gedanken zu seinem Leben mit der Öffentlichkeit teilt. Immer mehr VLOGer nutzen die Form der sozialen Kommunikation.

Ein weiterer Trend ist das „Sich-vom-Smartphone-führen-lassen“.

VLOGS wecken zu **46,3 Prozent** das Interesse der Social Poser.



Fragestellungen: n= 583
 „Ist Dir dieser Trend bereits bekannt?“
 „Hast Du VLOGS bereits einmal genutzt?“
 „Ich finde VLOGS (sehr) interessant“

Abbildung 5: Interesse an VLOGS

Egal, ob es um eine Städtereise, einen Museums- oder einen Kaufhausbesuch handelt. Informationen über Sehenswürdigkeiten, Straßensperrungen, Kunstgegenstände, Öffnungszeiten oder Produktdetails sind via App zu erhalten. Weitere Trends, wie das Bezahlen via Smartphone-App, wie es heute schon bei Aldi möglich ist, werden ausgebaut.

Der Trend im Netz ist der Drang „Wahrgenommen zu werden“: Ich poste, also bin ich. Was zunehmend zur Frage führt, ob die im Web präsentierte Identität mit der realen übereinstimmt.

Informationen, fließen bei schwachen Beziehungen schneller z.B. über neue Jobs. Vernetzte Onliner sind daher eher in der Lage in einer Welt zu leben, die von der Globalisierung geprägt ist.

Unsere Welt verändert sich gerade stark, auch der Arbeitswelt steht dies bevor. Zu dem kommt, dass man sich über die Qualität, der im Web von sich preisgegebenen Informationen, im Klaren sein muss. Bevor ein Arbeitnehmer eingestellt wird, betreiben Arbeitgeber gern eine Social-Web-Suche, um detailliertere Informationen über den Bewerber zu erhalten.

Es entstehen auch neue Risiken. Das Web verlangt Offenheit. Der Missbrauch dieser Offenheit ist jedoch sehr einfach durch Datenmissbrauch oder Mobbing. Das Internet vergisst nichts. Der Faktor der Beschleunigung unserer Welt löst bei vielen Menschen Stress aus.

Die Nutzungen von Web und den sozialen Medien wird zukünftig immer weiter vereinfacht. Alles soll intuitiver werden, so wie die ersten Schritte in Richtung Web 3.0, dem Semantik Web, gemacht werden. Die Nutzerfreundlichkeit steht dabei an erster Stelle. Nur was die große Zahl der Nutzer mag, wird sich durchsetzen und kann so zur Innovation werden.

Derzeit konkurrieren Facebook, Microsoft und Google um eine Innovation. Der Universalübersetzer, soll das gesprochene Wort in Text wandeln. Diesen in die Zielsprache übersetzen und mit einer, der Ausgangsstimme ähnlichen, vorgelesen werden. So soll in Zukunft z.B. ein Video-Chat zwischen einer Deutschen und einem Japaner möglich sein, in dem beide in ihrer Muttersprache sprechen.

Mit jeder Innovation gehen Gewinne und Verluste einher, und Wahrnehmungsgewohnheiten werden sich verändern. Dies kann als Bedrohung, aber auch als Chance gesehen werden.

Die Bereiche im Leben werden immer stärker mit einander verbunden. Dies geschieht auch in der Gesellschaft und mit den alten und neuen Medien.

3 Soziale Medien in der Gesellschaft

Schon immer haben Menschen kommuniziert. Die Urmenschen hatten die Höhlenmalerei, die Ägypter ihre Hieroglyphen. Und ab dem 4. Jahrtausend vor Christus wurde die Keilschrift verwendet, aus der sich die heutige Schrift entwickelt hat. Die Bücher wurden anfangs noch per Hand geschrieben. Mitte des 15. Jahrhunderts erfand Johannes Gensfleisch, genannt Gutenberg, den Buchdruck mit beweglichen Lettern. Damit konnten Informationen schneller verbreitet werden. Im 19. Jahrhundert wurde die Fotografie entwickelt und Anfang des 20. Jahrhunderts wurden Radio und Fernsehen eingeführt.

Keine der medialen Erfindungen hat eine vorhergehende komplett verdrängt. So ist es auch mit dem Internet, welches am Ende des 20. Jahrhunderts hinzukam. Und so wie ab dem 19. Jahrhundert Fotografien in Zeitungen und Zeitschriften abgedruckt wurden, so wachsen heute die herkömmlichen Medien mit den „neuen Medien“ immer mehr zusammen.

Soziale Medien haben den Nerv der jungen Generation getroffen. Die klassischen Medien wachsen ins Web 2.0. So könnte die Zukunft der Medien aussehen.

3.1 Soziales Fernsehen

Interaktives Fernsehen nimmt Gestalt an. Schon heute bringen Youtube, My Video und Co. Videos ins Social Web. Seit das Internet der Allgemeinheit zu Verfügung steht, vermutete man, dass dies das Ende des Fernsehens sei. Immer weniger Zuschauer würden die Werbeeinnahmen der Sender senken. Somit würde man im Netz bald bequemer und schneller bessere Inhalte finden.

Doch bis heute hat das Fernsehen an Popularität nicht eingebüßt und es wächst langsam mit dem Internet zusammen. Sowohl Fernsehen als auch Internet sind beides Knotenpunkte für die drei Bedürfnisse des Menschen. Sie vereinen Information, Unterhaltung und Geselligkeit. Gerade durch die Integration des Fernsehprogramms ins Web bieten sich viele Möglichkeiten. Der klassische Zuschauer wird zum interaktiven Fan.

Die Verbindung von Sozialen Medien und Fernsehen wird heute beispielsweise über „Video on Demand“ realisiert. Dieses beschreibt die Möglichkeit, digitales Videomaterial, den Videostream, auf Anfrage von einem Anbieter abzurufen.

Das Social TV wird ermöglichen sich in Talkrunden via Live Chat oder Facebook einzuschalten und so mit Politikern oder Stars zu diskutieren, statt umständlich via Telefon oder E-Mail Fragen zu stellen. Nutzer können bereits vor der Sendung via Webcam aufgezeichnete Fragen hochladen, die dann in der Sendung ausgestrahlt werden.

Mit der Sendung „Rude Tube“, welche 2010 auf Comedy Central ausgestrahlt wurde, wurden Youtube Videos als klassisches TV Programm dargestellt und angenommen.

Der Trend ist eindeutig: vom Konsumenten zum interaktiven Programmgestalter. Der Sender erreichte 2015 auf Facebook 6,1 Millionen Fans¹²⁶ und auf Twitter 8.025 Follower¹²⁷.

Comedy Central ermöglicht seinen Nutzern das Programm bequem und kostenfrei im Web zu sehen und Teile von Inhalten in Sozialen Netzwerken zu kommentieren. So können auch politische Veranstaltungen über Facebook geplant und via Live Stream verfolgt oder über die Lieblingsfolge oder Lieblingssendung abgestimmt werden.

Werden das Netz und das Fernsehen konsequent zusammen geführt, muss der Nutzer nicht auf einen PC zurückgreifen, sondern kann sich bequem an den Ort begeben, wo er am liebsten fern sieht und eine Verbindung zum Web möglich ist. Das Internet löst damit das Fernsehen nicht ab, es ermöglicht aber ein besseres Fernseherlebnis.¹²⁸ Somit ergaben sich auch im technischen Bereich Neuerungen – der internetfähige Fernseher (Smart-TV).

Die richtige Sendung finden

Das Medienangebot wird gefiltert, und dem Nutzer werden die für ihn interessanten Filme, Sendungen oder Dokumentationen gezeigt. Sollte es nicht das Richtige sein, können über Suchmasken Begriffe eingegeben werden.¹²⁹ Wenn bei diesen Ergebnissen der User den „Like“ Button benutzt, wird er automatisch der Suchmaske bzw. dem Index hinzugefügt. Somit steigert sich die Empfehlungsqualität der Suchalgorithmen. Dazu kann das Soziale Netzwerk des Nutzers aufzeigen, das Bewertungen und Meinungen von Meinungsführern und Freunden anzeigt, so dass eine Programmempfehlung Unentschlossenen Hilfe bietet.

126 Vgl.: <https://www.facebook.com/ComedyCentral?fref=ts>

127 Vgl.: <https://twitter.com/comedycentraltv>

128 Vgl.: <http://www.socialmedia-blog.de/2011/04/social-media-und-tv-zwei-welten-wachsen-zusammen/>

129 Vgl.: a.a.O.

Mit ausgewählten Blogs, Filmplattformen und Onlinemagazinen wird die Empfehlungsqualität verfeinert. Ein Beispiel: gibt man als Reiseziel Tokio an, schaut sich auf Youtube Anime-Clips an und hat man viele Bekannte, die gerne „Detektiv Conan“ schauen, so wird dieser Anime mit hoher Wahrscheinlichkeit auch vorgeschlagen. Das semantische Suchen¹³⁰ bringt schon heute, erste positive Resonanzen.

Zum Beispiel befindet sich ein Besucher in Dresden am Zwinger und fragt sein Smartphone „Was ist das für ein Turm?“. Die semantische Suche bezieht Standort und Blickrichtung mit ein und antwortet folgerichtig, dass dies der Hausmannsturm des Dresdner Schlosses sei und ergänzt die Antwort noch mit einigen statistischen Fakten zum Gebäude.

TV im Netzwerk

Von Freunden wird man das TV Programm empfohlen bekommen oder im Chat via Webcam gemeinsam Fernsehen, obwohl man räumlich voneinander getrennt ist; so wird das eigentlich getrennte Fernsehen wieder zu dem Gemeinschaftserlebnis, was es früher einmal war.

Hintergrundinformationen

Jeder wird sich Hintergrundinformationen zu Hauptdarstellern, Synchronstimmen oder Serien einblenden lassen können. Über Suchmasken Fragen eingeben „Wieso sind Conan und Shinichi ein und dieselbe Person?“ Die Antworten kommen von Wikipedia, IMDB¹³¹ oder von Nutzern, welche die Frage beantworten können.

Auch die Bilderkennung kann bei Fragen z.B. über Film-Charaktere Lösungen bieten. Wenn zum Beispiel in einer Sitcom ein Nebendarsteller zu sehen ist und man sich fragt „Woher kenne ich ihn?“. Mit einem Knopfdruck bekommt man die Filmbiographie der betreffenden Person angezeigt. Den Drehort oder Originalschauplätze kann man sich via Google Street View ansehen.

¹³⁰ Die semantische Suche ist eine Suchmethode, bei der die inhaltliche Bedeutung der Suchanfragen wichtig ist. Eine solche Suchanfrage soll präziser sein und wird mit den inhaltlich relevanten Texten in Verbindung gebracht. Die Intentionen hinter den Keywords wird versucht zu erkennen. Die individuell relevanten Ergebnisse anhand einer semantischer Beziehungen zwischen den gesuchten Begriffen und anderen in einem Index vorhandenen Informationen soll assoziieren werden.

¹³¹ Internet Movie Database, Internetdatenbank für Filme und Hintergrundinformationen

Musikerkennung

Eine tolle Musik läuft im Hintergrund einer Folge oder im Film und man möchte wissen wie der Titel heißt. Ein Nachschauen in der Information zeigt den Titel des Liedes, den Interpreten und einen Link zum Herunterladen, den Text zum Mitsingen oder Noten zum Nachspielen. Alles lässt sich gegen Bezahlung oder auch frei downloaden.

E-Commerce

Als E-Commerce wird der elektronischer Geschäftsverkehr oder der „elektronische Handel/Handelsverkehr“ im Internet bezeichnet.

Nicht nur das Ansehen und Herunterladen von Musiktiteln, Filmen, Folgen und ganzen Staffeln gegen Gebühr sind möglich. Im Fernsehen gezeigt Produkte können sofort gekauft werden, auch Merchandisingangebote von Sendungen sind online beziehbar.

Der Umsatz durch Product Placement wird an steigt. Dabei hat der User immer Zugriff auf Ratings und Reviews anderer Nutzer und via Preisvergleich kann er das Produkt in dem Shop kaufen, wo es für ihn am günstigsten ist. Über Google Maps bekommt er noch den Zufahrtsweg zum nächsten Store via Routenplanung oder er erhält gleich die Information, wann es geliefert wird.

TV Quiz und Abstimmungen

Heute bietet z.B. die Sendung Galileo einen ersten Ansatz zu interaktiven Quizspiele. Der Spieler muss ein bestimmtes Fragekontingent richtig beantworten. Die Punktestände lassen sich mit anderen Zuschauern vergleichen und austauschen.¹³²

Oder auch Abstimmungen können via Handy im Fernsehen live verfolgt werden, so dass der Zuschauer den Eindruck gewinnt, dass er selber über das, was im Fernsehen gezeigt wird, mitbestimmen kann. Dies ist ein Mittel, um Zuschauer an den Sender zu binden.

¹³² Vgl.: <http://www.socialmedia-blog.de/2011/04/social-media-und-tv-zwei-welten-wachsen-zusammen/>

3.2 Soziales Radio

Seit einigen Jahren sind die Zahlen der Radiohörer rückläufig. Das Zeitkontingent der Nutzer ist seit Jahren unverändert. Aber der Konsument kann aus einem immer größeren Medienangebot immer differenzierter nach dem für ihn größten Mehrwert auswählen. Hier spielt das Internet und das Social Web eine große Rolle.

2010 veröffentlichte die Webseite radio.de erstmalig ihre Hörerreichweiten. Laut eigener Aussage hörten 77 Millionen Menschen einen Radiosender über radio.de.¹³³

Das Radio hört auf, sich als reiner „Sender“ zu sehen und benötigt die Rückmeldung vom Hörer. Diese Änderung des Radios ist in Format und Struktur wichtig. Die meisten Radios wünschen sich sogar mehr Hörerbeteiligung in Form von Audio und Text im laufenden Programm.¹³⁴ Ein Beispiel sind Meldungen von Verkehrsstörungen aus dem Auto.

User Generated Content (UGC)

Dies bezeichnet von Nutzern erzeugte Inhalte. Diese Beiträge können Texte, Bilder, Audio und Videos sein, welche Internetnutzer selber erstellen und publizieren.

Eine Plattform ist notwendig, die dem Moderator und dem Programmplaner ermöglicht sendungsspezifische Schnittstellen zum Einsehen von Inhalten zu öffnen. Hier kann jeder Moderator dann entscheiden, ob der Nutzer nur abstimmen oder direkt mit Inhalten zur Sendung beitragen soll.

Schon seit Juli 2009 „zwitschert“ Hitradio Würzburg mit seinen Hörern. Anfang 2015 war Hitradio RTL der erste Radiosender Deutschlands, der seine Hörer mittels WhatsApp einen Feedback-Kanal sowie eine Kommunikationsplattform lieferte, welche auch in die On-Air-Schaltung einfluss.¹³⁵

Viele Moderatoren nutzen die sozialen Kanäle um ein Feedback von den Hörern zu bekommen. Für Radiomacher ist es sehr wichtig zu wissen, wer die Hörer sind, damit diese ein „Gesicht“ bekommen. Über diese Kanäle kommen Diskussionen über Programme zustande, d.h. kreative und konstruktive Ideen von Seiten der Hörer werden dem Radio bekanntgegeben.

¹³³ Vgl.: a.a.O.

¹³⁴ Vgl. <http://socialmediaschmiede.frischr.com/2011/05/quo-vadis-social-radio-eine-analyse/>

¹³⁵ Vgl.: <http://www.hitradio-rtl.de/programmaktionen-gewinnspiele/hitradio-rtl-bei-whatsapp-1085517/>

Der Webstream des Lieblingsradiosenders wird auf Facebook gelikt¹³⁶. Neben der eigenen Community haben die meisten Sender auch eine Facebookseite und sind auf Twitter aktiv.

Das Engagement lohnt sich, denn gerade im Netz sind die aktuellen Hörerzahlen zur Hand. Es kann sekundlich überprüft werden wie viele Hörer jeder Radiosender hat.¹³⁷

Musikshopping leicht gemacht

Jeder Radiosender hat heute seinen Webauftritt. Dieser macht es möglich, dass die Hörer über die Webseite Informationen und Wissenswertes über Komponisten, Texter und Interpreten von Musikstücken nachlesen können. Außerdem ist so auch eine Verlinkung zum Shop des Künstler oder dessen Plattenfirma möglich.

Der Nutzer wird die Möglichkeit haben die Musik, welche er im Radio gehört und als gut befunden hat, auch gleich zu kaufen. Dieser Kauf kann via Facebook den Freunden mitgeteilt werden. So dass weitere Musikliebhaber die Möglichkeit haben zum einen zu sehen, was ihre Freunde hören und außerdem können sie nun ebenfalls schnell die geliebte Musik kaufen.

3.3 Soziale Zeitungen

Damit eine Zeitung überleben wird, braucht sie eine stärkere Verzahnung von Print- und Onlinemedien. Schlussendlich wird es darauf hinauslaufen, dass eins im anderen aufgeht. So werden Zeitungsmacher immer stärker in den Onlinebereich eingebunden.

Da in diesem Bereich ein anderer Schreibstil erforderlich ist und die Themen mit Links auf Hintergründe und weiteren Informationen gespickt werden können, müssen viele Printproduzenten umlernen.¹³⁸

Die Devise für die heutigen Zeitungsmacher lautet, dass wer das Online heute nicht lernt, morgen überflüssig ist.¹³⁹

Jeder Zeit will der Nutzer auf die neuesten Informationen zugreifen können, den klassischen Redaktionsschluss gibt es in einer Online-Zeitung nicht mehr, es heißt 24/7.

¹³⁶ lt. Duden-Redaktion: „gelikt“ Quelle: <http://www.welt.de/debatte/kolumnen/der-onliner/article117825999/Heisst-es-geliket-oder-geliked-oder-gelikt.html>

¹³⁷ Vgl.: a.a.O.

¹³⁸ Vgl.: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,457357,00.html>

¹³⁹ Vgl.: a.a.O.

Es ist keine Zeit mehr um lange Hintergrundberichte zu lesen. Heute muss alles schnell gehen. Auch zeigt sich hier der Trend vom „gebracht bekommen“ hin zum „selber holen“ der Informationen.

Die einzige Möglichkeit für eine Zeitung, sich durchzusetzen ist Aktualität der Nachrichten und die Nähe zu ihren Kunden.¹⁴⁰ Es beginnt sich der Trend durchzusetzen Lokalzeitungen zu invertieren. D.h. überregionale Nachrichten stehen hinten und die Titelseite wird mit kompetenten Lokalberichten ausgestattet.

Der Trend geht zu „Web First“, die Daten im Netz haben Vorrang. Online werden die aktuellsten Nachrichten gebracht, in der gedruckten Zeitung erfährt man Hintergründe zu den News, sowie Einzelheiten und informative Sachverhalte. Die Online- und Offline-medien ergänzen sich.

Zukünftig wird der Nutzer nicht mehr mit allen Informationen gleichzeitig zugemüllt, sondern bekommt nur noch für ihn interessante News. Wer sich also für Fußball interessiert wird große Artikel in seiner Onlinezeitung finden, welche gezielt und ausführlich über das letzte Spiel berichten und nur Breakingnews über Handball, Golf und ähnliches.

Je nachdem, ob das Thema den Nutzer auch in Zukunft noch interessiert, wird der Artikel auf der interaktiven Zeitungsseite größer oder kleiner gezeigt bis es zur Breaknews wird oder wieder ganz aus dem Themenkatalog verschwindet.

Hier besteht das Problem, dass geliefert wird, was Algorithmen „denken“, dass es den Nutzer interessiert. Er aber „eigene Kraft“ investieren muss, um an Informationen mit einem „Blick über den Tellerrand“ heran zu kommen.

Soziale Journalist

Konkurrenten der Journalisten sind Facebook und Twitter in Ländern, wo die Pressefreiheit eingeschränkt ist. Die Berichterstattung ist dort sehr schwer, so dass Beiträge mit Handyvideos und Bildern von Passanten aus den Sozialen Medien untersetzt werden, um veröffentlichungsfähige Informationen zu erhalten. Aber gerade für Journalisten, welche vor Ort ihr Leben riskieren und dann für wenig Geld die News verkaufen müssen, sind die Netzwerke eher schädlich.

¹⁴⁰ Das menschliche Bedürfnis nach schnellen Neuigkeiten ist kein Trend der heutigen Zeit ist. In den Jahren 1914 bis 1916 erschien mehrmals täglich zu unterschiedlichen Tageszeitungen ein Extrablatt zur Zittauer Morgenzeitung.

Sozial-Journalist wird sich direkt mit Hilfe der News aus Facebook und Co. seine Hintergrundberichte und Hintergrundrecherchen von zu Hause aus oder in Bibliotheken „zusammen bauen kann“, mit dem Risiko falsche Informationen weiter zu verbreiten.

Im Sozialen Netzwerk, wo Tausende von Nutzern gleichzeitig aus verschiedenen Blickwinkeln über den gleichen Sachverhalt posten, hat der Journalist die Aufgabe, diese Sachverhalte zu ordnen, Ergänzendes zu recherchieren und Fachleute zu befragen. Dabei muss der Journalist neutral bleiben, was ihm durch die Berichte der unterschiedlichen Blickwinkel leichter fällt, als wenn er selber in der Krisenregion ist und um sein Leben fürchten muss. Das Berufsbild des Journalisten wird sich grundlegend ändern und somit auch die Form der Nachrichten.¹⁴¹

Gerade für die Älteren in der Gesellschaft ist das gedruckte Medium nach wie vor das Hauptinformationsmittel. Da langes Lesen am PC die Augen noch schneller ermüden lässt, sind nur kurze mit Informationen gespickte Texte sinnvoll. Gedruckte Medien wird es auch in Zukunft geben. Es gibt auch heute viele Jugendliche, welche lieber zum Buch als zu einem eBook oder einer eBook-App greifen.

3.4 Soziales Web

Im Moment gibt es noch die Unterteilung in verschiedene Plattformarten und unterschiedliche Netzwerke. Zum einen die, welche zum Hauptziel die Kommunikation haben und die, welche auf nutzergenerierte Konten setzen.

Eine solche Trennung wird in Zukunft nicht mehr sichtbar sein. Netzwerke werden die Vorlieben ihrer Nutzer erkennen. Zukünftig wird es nur noch „eine“ Online-Identität geben.

Tools wie OpenID verpassen jedem Nutzer eine spezielle ID, auch E-Identität genannt, mit der man im Internet unterwegs ist. Dies ist eine Art Internetpersonalausweis.

Mit dieser ID ist es dem Nutzer möglich von Plattform zu Plattform und von Netzwerk zu Netzwerk zu springen, ohne sich bei jedem neu anmelden zu müssen.

141 Vgl.: <http://meedia.de/2014/10/16/digitaler-journalismus-als-epochenwechsel-lfm-studie-zur-veraenderung-des-berufsbildes/>

Google Wave ermöglicht schon heute ein echtzeit Surfen. D.h. man ist nicht mehr allein im Netz unterwegs, sondern man surft mit seinen Freunden und kann sich so direkt über neue Inhalte und Erkenntnisse unterhalten.¹⁴²

D.h. aus der „Ära der sozialen Funktionalität“¹⁴³ wird eine „Ära der sozialen Kolonisation“¹⁴⁴.

Die Sozialen Medien bieten eine einfache Plattform um zu kommunizieren und mit anderen Menschen in Austausch zu treten. Dies ist für Politik und Wirtschaft gleichermaßen wichtig. Im Wahlkampf und im Marketing sind die sozialen Netzwerke heute nicht mehr weg zudenken, da sie als wichtigster Kommunikator zwischen „Sender“ und „Empfänger“ fungieren.

3.5 Soziale Politik

Demokratie 2.0 oder „Digitale Demokratie bedeutet im Kern, politische ‚Signale‘ und Informationen auf neuen Kanälen zu senden.“¹⁴⁵

Das bedeutet das Wahlen, Meinungsabgaben in Foren, Blogs oder virtuellen Pinnwänden, Diskussionsbeteiligungen und Umfragen, somit alle Formen von demokratischen Handlungen über das Internet ermöglicht und erleichtert werden.

Über soziale Netzwerke können diese Praktiken zwar ausgeübt werden, haben aber dadurch, dass nicht alle Menschen gleichermaßen die Möglichkeit haben an dieser Wahl teilzunehmen, keine repräsentative Wirkung. So fand zum Beispiel die Kommunalwahl in Sachsen im Juni 2015¹⁴⁶ außerhalb der digitalen Demokratie statt.

Das hindert allerdings Parteien und parteilose Kandidaten nicht daran Wahlwerbung auch über die Sozialen Medien zu verbreiten. Beziehungsweise nach der Wahl das Ergebnis mit „Likes“ und Kommentaren zu versehen. Dies hat zwar keine Bedeutung für die eigentliche Wahl, aber durch die Anzahl an Nutzern, die sich dabei beteiligt haben, kann ein Meinungsbild wie Ablehnung oder Zustimmung verdeutlicht werden.

142 Vgl.: <http://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article5092278/So-wird-die-Zukunft-von-Social-Media-aussehen.html>

143 Zitat: a.a.O.

144 Zitat: a.a.O.

145 Zitat: Meißelbach Christoph, Web 2.0. – Demokratie 3.0? – Demokratische Potentiale des Internets, Baden-Baden : Nomos 2009, Seite: 76

146 Vgl.: <http://www.smi.sachsen.de/2169.htm>

Bei Online Communities, in Sozialen Medien oder auf Blocks, deren Mitglieder aufgrund ihrer Teilnahme, auch die Möglichkeit der Stimmabgabe haben, werden Diskussionen und Meinungsabgaben regelmäßig durchgeführt. Auf dieser Grundlage werden Stimmen laut die behaupten:

Das es auch für öffentliche Wahlen möglich sein sollte diese ins Internet zu verlegen. Ein anderer wichtiger Grund für Onlinewahlen ist, dass es zu massiven Einsparungen von Material- und Personalkosten kommen kann.

Neben den klaren Vorteilen gibt es noch ein anderes Problem. In einer Demokratie muss eine Wahl geheim sein. Dies ist jedoch bei Onlinewahlen nicht oder noch nicht ohne Restrisiko möglich.¹⁴⁷

Auch erhofft man sich durch die Onlinewahlen (E-Voting) eine höhere Wahlbeteiligung. In den USA wurden bei Onlinewahlen im Jahr 2000 eine 14 prozentig höhere Wahlbeteiligung gemessen, während zur gleichen Zeit in Großbritannien die Wahlbeteiligung nicht anstieg.¹⁴⁸ In Estland wurden mehrere Wahlen bisher online durchgeführt.

„Der Anteil von E-Voting an allen abgegebenen Stimmen stieg von 2 Prozent 2005 auf 5,4 Prozent 2007, auf 15 Prozent 2009 und schließlich auf 24,3 Prozent 2011. Die Beteiligung an den Europawahlen erhöhte sich von 27 Prozent 2004 auf 43 Prozent 2009, wobei aber nur ein lockerer Zusammenhang zum E-Voting besteht.“¹⁴⁹

Zwar ist dies kein Beweis, dass durch das E-Voting mehr Wähler ihre Stimme abgeben. Allerdings zeigen die höheren Nutzerzahlen eindeutig, dass sich das System steigender Beliebtheit erfreut.

Das E-Voting steht für Electronic-Voting, d.h. es ist ein elektronisches Hilfsmittel, welches meist für Wahlen genutzt wird. Außerdem gibt es noch I-Voting, dass ist das E-Voting via Internet.

147 Vgl.: <https://www.literaturcafe.de/wie-man-online-wahlen-und-online-umfragen-faelscht-manipuliert-und-austrickt/>

148 Vgl.: Meißelbach Christoph, Web 2.0. – Demokratie 3.0? – Demokratische Potentiale des Internets, Baden-Baden : Nomos 2009, Seite:114/115

149 Zitat: <http://www.europarl.europa.eu/news/de/news-room/content/20110321STO15986/html/Kann-W%C3%A4hlen-%C3%BCber-das-Internet-die-Wahlbeteiligung-erh%C3%B6hen>

In Estland wurden Wahlen über das Internet 2005 eingeführt.¹⁵⁰ Zu diesen Wahlen schrieb die Konrad-Adenauer-Stiftung am 16. Oktober 2005

„Selten sind die Meinungsumfragen vor den Wahlen in Estland so präzise gewesen wie vor den diesjährigen Kommunalwahlen: Wie es vorhergesagt war, erhielt die Zentralpartei unter der Führung des Populisten Edgar Savisaar im Stadtrat der Hauptstadt Tallinn mit 32 der insgesamt 63 Sitze eine absolute Mehrheit“¹⁵¹

Wenn man nun schon vor der Wahl weiß, wie das Endergebnis aussieht, sind Wahlen dann noch notwendig? Die Befürworter sagen „ja“, denn so soll die „Politikverdrossenheit“ bekämpft werden.

Es werden „Politikverdrossene“ sich nicht für politische Entscheidungen interessieren, nur weil der Zugang zu den Wahlen über das Internet vereinfacht wird. Jedoch werben die Parteien bei den „Digital Natives“¹⁵² um die Gunst der Wähler mit gepflegten Auftritten in den Sozialen Medien. Die CDU haben 92.617¹⁵³ „Gefällt mir“-Angaben (Stand: 24.07.2015) und Bündnis 90/Die Grünen 66.683¹⁵⁴ bei Facebook (Stand: 24.07.2015) erringen können.

Zwar ist der direkt Vergleich auf Grund der Größe und der Bevölkerungszahlen nicht sinnvoll. Aber aufgrund der Tatsache, dass es in den USA nur zwei große Parteien gibt, ist auch die Anzahl der Anhänger einer Partei dementsprechend höher. So hat, Barack Obama mit seinem offiziellen Auftritt als Präsident der Vereinigten Staaten, 44.210.841 „Likes“¹⁵⁵ (Stand: 01.08.2015). Der Twitteraccount POTUS von Präsident Obama ist seit dem 18.05.2014 aktiv und hat bereits 3,47 Millionen Follower¹⁵⁶ (Stand: 01.08.2015). Dieser Auftritt wird täglich mehrmals mit neuen Beiträgen und Informationen ergänzt, so dass auch die „Digital Natives“ sich über das Web 2.0 mit dem politischen Angebot vertraut machen können. Die politischen Aktivitäten der Bürger können und werden sich erhöhen.

150 In dem Heise Artikel: <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Wahl-in-Estland-Ein-Fuenftel-gibt-Stimme-per-I-Voting-ab-2561003.html> wird sehr ausführlich und anschaulich das E-Voting System erklärt.

151 Zitat: http://www.kas.de/wf/doc/kas_7384-1522-1-30.pdf?051025140803

152 Als „Digital Natives“ wird die Generation bezeichnet, welche jetzt mit den aktuellen digitalen Technologien aufwächst und somit mit ihnen vertraut ist.

153 Vgl.: <http://www.facebook.com/CDU>

154 Vgl.: <http://www.facebook.com/B90DieGrünen?fref=ts>

155 Vgl.: <http://www.facebook.com/barackobama?fref=ts>

156 Vgl.: <https://twitter.com/potus>

Präsident Obama und seine Berater erkannten als erste, welchen Nutzen die Sozialen Medien für die Politik haben. Der deutsche Fernsehsender Phönix berichtete: Obama war der erste Präsident, der die Sozialen Medien für seinen Wahlkampf aktiv verwendet hat. „Yes, we can.“

Bei den Wahlen 2008 wurden neben der herkömmlichen Wahlwerbung mit Fernsehauftritten, Radiobotschaften oder Plakatwerbung auch die sozialen Netzwerke zum Verbreiten der Wahlbotschaft verwendet. Durch die Big Data Analyse wurden Vorhersagen getroffen, welche Themen den Interessen der Wähler entsprechen und mit welcher Wahrscheinlichkeit diese dann Obama wählen würden.¹⁵⁷

Aus diesen Themen wurden Botschaften gemacht, die nicht wie politische Eigenwerbung des Präsidentschaftskandidaten wirkten, sondern wie Meinungs- und Denkanstöße. Dieses konnte nun in der Community diskutiert werden und somit als Social-Media-Marketing fungieren.

3.6 Soziale Wirtschaft

Die Wirtschaft profitiert von dem Boom. Smartphone, Tablets und Laptops müssen immer leistungsfähiger werden. Die ständige Präsenz im Netz benötigt auch den Ausbau im Telekommunikationsbereich. Die Verbindung zwischen Mensch und Internet soll interaktiver werden. Intelligente Uhren, Datenbrillen bis hin zu Kopfimplantaten, die Innovationswut für das „jederzeit erreichbar Sein“ war nie zu vor größer.

Aus „wer nicht wirbt der stirbt“ wird heute „wer nicht in den Sozialen Medien aktiv ist, der geht unter“.

Ganze Berufsgruppen, wie der Social-Mediamanager oder -berater haben sich aus dieser Notwendigkeit heraus entwickelt.

¹⁵⁷ Vgl.: <http://derstandard.at/1369362670038/Obama-Wahlkampfleiter-Social-Media-unverzichtbar>

Soziales Marketing

Auf Grund der starken Nutzung der Sozialen Medien durch die jüngere Generation musste sich auch die Werbung für diese Zielgruppe interessieren.

So ist zum herkömmlichen Marketing auch noch das „Soziale Medien Marketing“ hinzu gekommen. Der große Vorteil ist, dass es im Vergleich zum herkömmlichen Marketing nicht so kostenintensiv ist. Bisher war die Werbung, welche die höchste Reichweite hat, Werbung im Fernsehen und damit auch entsprechend teuer. Zum Super Bowl in Amerika werden z.B. Höchstpreise von vier Millionen Dollar für 30 Sekunden Sendezeit erzielt.¹⁵⁸



Abbildung 6: SWOT-Analyse zu Facebook

Dagegen ist es geradezu einfach sich bei Facebook einen Account anzulegen und dort für sich selber zu werben. Jedoch ist zu beachten, dass ein „drauf los geposte“ nicht zielführend ist. Es wird trotzdem eine ordentliche Marketingstrategie benötigt, um das beworbene Produkt der jeweiligen Zielgruppe näher bringen zu können.

Die SWOT-Analyse in der Abbildung 6 zeigt deutlich, dass das Marketing in den Sozialen Medien den schnellsten Informationsfluss hat. Jedoch machen es die unterschiedlichen Tools schwer sich schnell und sicher zu bewegen. Das Informationen einfach gefunden werden können ist auf der Chancen-Seite angesiedelt, was aber schnell zur Gefahr werden kann, wenn ein Information-Overload eintritt.¹⁵⁹ Dies ist der Informationsüberfluss, der dann stattfindet, wenn eine Person zu viele Informationen zu einem Thema erhält, um eine Entscheidung treffen zu können¹⁶⁰.

¹⁵⁸ Vgl.: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/251451/umfrage/kosten-fuer-einen-30-sekunden-spot-beim-super-bowl-finale-im-us-tv/>

¹⁵⁹ Vgl.: <https://socialmediamarketing2013.files.wordpress.com/2013/01/swot.jpg>

¹⁶⁰ Im Marketing wird dies als Hypertrophie bezeichnet.

Werben in den Sozialen Medien ist anders als bei herkömmlichen Medien. In der Onlinewelt gilt das Gesetz, dass eine Kommunikation dann als wertvoll betrachtet wird, wenn sie entsprechende Aufmerksamkeit erregt, was sich an der Menge an „Likes“ und „Followern“ zeigt.¹⁶¹

Diese Anhänger werden nun für eine zweite Werbeform im sozialen Web genutzt: das virale Marketing.

Es ist die digitale Anwendung des Schneeballprinzips: „dieser Effekt entsteht, wenn ein Besucher den Content an seinen Freundeskreis weiterempfiehlt und seine Freunde diesen Content wiederum an ihre Freunde weiterreichen, und so weiter.“¹⁶²

Dieses Prinzip wird bei jedem Kommentar, so wie auch beim „Teilen“ und „Liken“ von Inhalten angewendet. Über alle Aktivitäten einer Person werden die Follower informiert so wie über deren Reaktionen darauf. Bei interessanten Kommentaren und schnellen Antworten können Dritte sich der Kommunikation anschließen, wodurch das Schneeballsystem ausgelöst wird.

Auch die Werbung muss anders gestaltet sein. Die Community will unterhalten werden. Platte Werbebotschaften bringen keine Verbreitung. Nur wer es schafft spannenden, lustigen oder interaktiven Content (Inhalt) zu gestalten, ist in der Lage die Nutzer dazu zu bringen, seine Werbeinformation zu verbreiten.¹⁶³

„Lassen Sie die Kunden für sich sprechen“¹⁶⁴ so lautet die Regel im Web 2.0.

Lediglich 15% der Kunden glauben noch was Werbekampagnen versprechen, der Rest vertraut eher auf Empfehlungen von anderen Nutzern. Somit wird auf absehbare Zeit die Bedeutung der klassischen Werbung geringer.¹⁶⁵ Social-Media-Marketing ist die Mund-zu-Mundpropaganda 2.0. Privatpersonen vertrauen eher dem, was ihnen Freunde und Bekannte empfehlen, als dem, was Werbungen versprechen.¹⁶⁶

161 Vgl.: Heymann-Reder Dorothea, Soziale Medien Marketing – Erfolgreiche Strategien für Sie und Ihr Unternehmen“ München [u.a.] : Addison-Wesley 2011, Seite: 25

162 Vgl.: a.a.O., Seite: 31

163 Vgl.: a.a.O. Seite: 27

164 Zitat: a.a.O. Seite: 25

165 Vgl.: a.a.O. Seite: 27

166 Vgl.: <http://www.gruenderszene.de/marketing/20-tipps-empfehlungsmarketing>

Dieses Empfehlungsmarketing wird schon jetzt intensiv genutzt. Es gibt YouTube-Kanäle, welche sich ausschließlich mit dem Empfehlen von Produkten beschäftigen. Das Problem ist nur, man kann sich nicht sicher sein, ob diese Youtube-Stars wirklich von dem Produkt überzeugt sind oder es bewerben, weil sie dafür bezahlt werden.

Die Verwendung von Twitter, Facebook, YouTube und Weblogs im Unternehmensalltag steigt stark an. Dabei werden diese nicht allein nur für Werbekampagnen genutzt. Zum Marketing gehört es auch mit dem Kunden in Kontakt zu bleiben, um auf Wünsche und Feedbacks schnell reagieren zu können. Genauso gehört es zur Aufgabe des Social Media Marketings das Unternehmen nachhaltig zu stärken, schnelle Krisenkommunikation zu ermöglichen und über Suchmaschinenoptimierung im Suchmaschinenranking schneller gefunden zu werden.¹⁶⁷

Crowdsourcing

Durch die sozialen Plattformen ist es möglich Fans einer Marke an Produktinnovationen mitwirken zu lassen. Fanta¹⁶⁸ hat das Crowdsourcing genutzt, um die Community bei der Gestaltung der Flaschenbänderole im ersten Schritt mitwirken zu lassen. Im zweiten Schritt sollten diese Ergebnisse von der Gemeinschaft bewertet werden, so dass jeder, der an dieser Auswahl teilgenommen hat, sich mit dem entstandenen Produkt besser identifizieren kann. Er war ja schließlich daran beteiligt.

Crowdfunding

Für kleine Unternehmen, Institutionen oder Einzelpersonen ist es möglich über Plattformen an Geldmittel für Projekte aller Art heran zu kommen. Jedes dieser Projekte muss eine bestimmte Geldmenge generieren, nur wenn diese Geldmenge zusammen kommt, bekommt der Initiator diese ausgezahlt. Dabei ist es wichtig, dass man denen die Geld in das Projekt investieren möchten, möglichst detailliert erklärt worum es geht und was damit erreicht werden soll. Die Investoren werden angehalten das Projekt an Freunde weiterzuempfehlen. Meist werden auch entsprechende Gegenleistungen angeboten. Beispielsweise möchte jemand einen Bildband über die „Jahreszeiten in Japan“ erstellen und sucht dafür Investoren, denen kann er ein Exemplar der Erstausgabe mit persönlicher Widmung anbieten, wenn diese ihm die Hälfte der Projektkosten finanzieren. Eine internationale Plattform dafür ist z.B. Kickstarter.¹⁶⁹

¹⁶⁷ Vgl.: <http://socialmedia-fuer-unternehmer.de/leistungen/social-media-marketing/>

¹⁶⁸ <http://www.fanta.de/fantasie>

¹⁶⁹ <https://www.kickstarter.com/>

3.7 Alles wächst zusammen

Die Sozialen Medien ermöglichen eine immer stärkere Anpassung an die Wünsche und Interessen der Rezipienten. Sich die Informationen individuell zusammen stellen zu können und mittels mobiler Endgeräte zu konsumieren, ist eine positive Entwicklung.

Wer nicht das Richtige findet produziert es einfach selber. Das Smartphone wird zum Mikrophon oder zur Kamera. Filme können via App geschnitten und wenige Sekunden später, das fertige Produkt ins Web hochgeladen werden.

Die Wirtschaft hat ein großes Interesse daran solche Bedürfnisse, durch ständige kleine Verbesserungen der Produkte den Absatz anzukurbeln, besonders dann wenn Fans einer Marke „mitgeholfen“ haben.

Auch die Politik hat die Sozialen Medien für sich entdeckt. Vom Werben für einen Kandidaten bis zur direkten Wahl ist im Web 2.0 alles möglich.

Wo führt dieser Trend hin?

4 Die Eigenverantwortung in den Sozialen Medien

Der gesellschaftliche Druck auf den Einzelnen in den Sozialen Medien aktiv zu sein, wächst stetig. Jedoch sollte man „die Probleme“ kennen. Jeder Nutzer hat es heute selber in der Hand, wie er mit den Sozialen Medien umgeht. Dazu sollte er sich mit Hintergründen beschäftigen.

4.1 Psychologische Aspekte und Medizinische Probleme

Der amerikanische Psychologe Abraham Maslows verdeutlichte in seiner Bedürfnispyramide, dass das oberste Ziel eines Menschen ist, sich selbst zu verwirklichen. Wenn Grund- und Existenzbedürfnisse sowie die Sicherheit gewährleistet sind, ist es am unkompliziertesten seinen „Drang, sich mitzuteilen“ auf Soziale Medien Plattformen nachzugeben.¹⁷⁰



Abbildung 7: Die Maslowsche Bedürfnispyramide

Die Interessen jedes einzelnen, so wie die Reaktion seines Umfeldes beschreiben nicht nur wer wir sind, sondern schaffen uns damit einen gewissen Ruf. Und dieser Ruf, dieses Ansehen ist jedem Individuum sehr wichtig.¹⁷¹

Facebook wird genutzt um das Ansehen zu steuern, meint Dar Meshi von der Freien Universität Berlin. Der „Gefällt mir“-Kommentar oder evtl. negative Bewertungen haben sehr große Auswirkungen auf das Ansehen eines Mitgliedes. Dies hat auch neurologische Auswirkungen. Das Begegnungszentrum im Gehirn reagiert direkt auf die sozialen Bewertungen.¹⁷²

¹⁷⁰ Vgl.: <http://tobesocial.de/Blog/psychologie-social-shares-warum-social-media-beitraege-teilen-infografik-maslow>

¹⁷¹ Vgl.: <http://a.a.O.>

¹⁷² Vgl.: <http://www.tagesspiegel.de/weltspiegel/studie-zur-wirkung-von-facebook-was-dem-gehirn-gefaellt/8724606.html>

Auf Instagram werden hauptsächlich positive Erlebnisse geteilt, die mit einem Foto unterlegt werden, um den Post zu unterstreichen. Negative Nachrichten werden eher mittels Twitter verbreitet. Das ergab eine Studie des amerikanischen Unternehmens Chute. Daraus erstellten die Forscher ein Stimmungsbarometer, das die Stimmung über den Tag verteilt anzeigt.¹⁷³

Lediglich um die Frühstückszeiten und zum Abend sind es überwiegend positive Posts. Während zwischen 15:00 und 16:00 die Posts am negativsten sind. Am Wochenende sind Post durchweg positiver als in der Woche.¹⁷⁴

Jedoch ist zu Beobachten, dass die Netzwerke nicht nur Stimmungsbarometer sind, sondern sie können die Stimmung ihrer Nutzer beeinflussen. Dies hat direkte Auswirkungen auf das menschliche Gehirn. Je stärker bestimmte Hirnregionen auf Bewertungen von Anderen reagieren, desto wichtiger ist z.B. Facebook im täglichen Leben.¹⁷⁵ Je häufiger ein Nutzer online ist, um so mehr wird das Gehirn auf die digitale Beurteilung durch Dritte trainiert und umso stärker wirkt diese.

Zu dem sind Verhaltensänderungen bei Nutzern aufgefallen, die obwohl sie sehr aktiv sind, dennoch negatives Feedback bekommen. Diese beobachten und imitieren das Verhalten von Anderen um ein besseres Feedback zu bekommen. So nähert sich jeder Nutzer einer gewissen „Norm“ für eine gute Onlinekommunikation. Wodurch Mitglieder, die sich dieser Norm nicht unterwerfen wollen von der Gruppe mit Missachtung oder Negativbewertung „bestraft“ werden. Dies steigert nicht nur das Zusammengehörigkeitsgefühl der Gruppe, sondern kann auch zu negativen Auswirkungen in der nicht digitalen Welt führen z.B. zum Online-Mobbing.

Zu dem fördert Facebook den Neid, unter seinen Nutzern. Jeder will sich nur von seiner besten Seite zeigen. Es wird gelacht und gefeiert. Der Wahrnehmungsapparat des Menschen, der diese Bilder sieht, beurteilt diese als positiv. Egal, ob es wirklich ein positives Erlebnis war oder nicht.¹⁷⁶ Nur die positiven Ergebnisse werden festgehalten, nicht jedoch die negativen, ähnlich den Urlaubsfotos im Fotoalbum.

173 Vgl.: <http://www.fitforfun.de/beauty-wellness/trends/social-media-psychologie-wer-postet-was-163283.html>

174 Vgl.: a.a.O.

175 Vgl.: <http://www.tagesspiegel.de/weltspiegel/studie-zur-wirkung-von-facebook-was-dem-gehirn-gefaellt/8724606.html>

176 Vgl.: <http://www.sueddeutsche.de/digital/verhaltenspsychologie-macht-uns-facebook-ungluecklich-1.1264970>

So stellt sich die Frage: Macht Facebook unglücklich?

Ja, weil „positive Erlebnisse bei Facebook eher festgehalten werden als andere, scheint das Leben der Anderen immer das glücklichere zu sein. Je länger sie bereits bei Facebook angemeldet sind und je mehr Zeit sie pro Woche in dem sozialen Netzwerk verbringen. Das ist das Ergebnis einer amerikanischen Studie, die das Journal Cyberpsychology, Behavior and Social Networking veröffentlicht hat.“¹⁷⁷

Je mehr virtuelle Freunde man in den Sozialen Medien hat, umso mehr steigt der Stress, immer etwas Neues und Gutes posten zu müssen. Daraus kann sich ein Phänomen namens „Facebook-Depression“¹⁷⁸ entwickeln. Gerade bei der Zielgruppe der Teenager hat sich der Trend entwickelt, dass die Anzahl der Follower wie eine Art Score bei einem Spiel behandelt wird. Fazit: wer einen hohen Wert hat, ist ein cooler Mensch.

Jedoch wirkt sich das eher negativ auf den Nutzer aus, denn je mehr Freunde er hat umso schlechter geht es dem Einzelnen. Dies fanden Wissenschaftler um den Psychologen Ethan Kross von der University of Michigan heraus.¹⁷⁹

Durch den ständigen Vergleich des digitalen „ICHs“ mit den Selbstdarstellungen der anderen, wird der Druck diesen nach zu eifern sehr groß. Da man sich immer dem Besten, der ständig etwas zu posten hat, annähern will. Dabei wird aber sehr häufig unterschätzt, dass dieses Profil nicht die Realität abbildet. Man kann Fotos vom Urlaub in Venedig posten, obwohl man noch nie in Italien war.

Oft wird auch unterschätzt, dass wenn ein Mensch viel und häufig postet, er nichts anderes zu tun hat, so kann ein Berufstätiger gar nicht so aktiv sein, wie es jemand ist, der viel Freizeit hat.

Wer in der Arbeitswelt sich ständig auf Internet oder Internetplattformen mitteilen „muss“ leidet, unter „einer Überdosis an Informationen“. Man will nicht mehr alle E-Mails, Facebook-News u.s.w. sofort lesen.

¹⁷⁷ Zitat: a.a.O.

¹⁷⁸ Vgl.: a.a.O.

¹⁷⁹ Vgl.: a.a.O.

Von Handy-, Internet- oder Facebook-Sucht wird schon unter den Ärzten gesprochen. Doch wann ist es eine Sucht?

Als Antwort der Handynutzer bekommt man häufig: „Ich nutze die Vorteile, die der Fortschritt mit sich bringt.“¹⁸⁰ Wenn „ich schlafe, da bin ich offline. Sonst bin ich immer online. Warum auch nicht?“¹⁸¹ „Ich habe die Möglichkeit, immer unmittelbar vernetzt und informiert zu sein. Warum sollte ich das nicht ausnutzen?“¹⁸²

Jede dieser Aussagen ist erschreckend wahr. Wer die Möglichkeiten hat, sollte diese auch nutzen. Allerdings ist der Preis, die eigene Gesundheit, was für viele nicht oder noch nicht absehbar ist. Jeder Süchtige findet seine Vorteile im Genuss und rechtfertigt diesen.

Ein Blick in die Geschichte zeigt, dass die Abstände zwischen Medieneinführung und Auftreten der Suchterscheinungen kürzer werden.

Am 22. März 1935 wurde in Berlin das erste Fernsehprogramm der Welt, das regelmäßig ausgestrahlt wurde, geschaffen.¹⁸³ Später hieß es, dies sei nur eine Modeerscheinung. Aber schon in den sechziger Jahren wurde in Westdeutschland eine Studie zum Fernsehverhalten gemacht und man stellte fest, dass nach 30 Jahren Fernsehfunk einige Menschen nicht mehr ohne die Mattscheibe leben konnten. Sie wussten mit ihrer Freizeit nichts anzufangen. Dieses trat nicht nur bei Älteren, sondern auch bei Kindern auf. In einer Familie musste das Experiment abgebrochen werden, weil der Streit zu eskalieren drohte.¹⁸⁴

Die Veränderung in den letzten 7 Jahren ist erschreckend. Wir beherrschen nicht mehr das Smartphone; es diktiert uns. Denn dafür, dass wir ständig mit Informationen versorgt werden, müssen wir auch sehr viel investieren: unsere Zeit und Aufmerksamkeit.

180 Zitat: <http://www.zeit.de/zeit-wissen/2011/05/Online-Sucht>

181 Zitat: a.a.O.

182 Zitat: a.a.O.

183 Vgl: <http://www.zeitklicks.de/nationalsozialismus/zeitklicks/zeit/72/architektur/die-glotze-und-das-erste-regelmaessige-fernsehprogramm/>

184 Vgl: <https://books.google.de/books?id=hGsVMg92QEUC&pg=PA177&lpg=PA177&dq=studien+fernsehsucht++60er&source=bl&ots=7dnmO2HobI&sig=aMcc5hPD7p0rw6XIMInJcXTWIQM&hl=de&sa=X&ei=5Fn-LVMGNGo3zarrogcP&ved=0CD0Q6AEwBA#v=onepage&q=studien%20fernsehsucht%20%2060er&f=false>

Der Psychologe Michael Immelmann meint: das etwa 3% der Bevölkerung unter Symptomen leiden, die man von Alkohol- und Nikotinsüchtigen kennt. Starkes Verlangen, den inneren Zwang „ständig überprüfen zu müssen“, den Kontrollverlust bis hin zu Entzugserscheinungen.¹⁸⁵ Dazu kommt, dass alles andere wie Familie und Beruf vernachlässigt wird und dass sie trotz der Vielzahl an Freunden vereinsamen.¹⁸⁶

Psychologen sprechen von Nomophobie „no mobile phone“; die Angst ohne Mobiltelefon zu sein. Durch eine Umfrage der britischen Post kam heraus, dass jeder 10. unruhig wird, wenn sein Handy ausschaltet ist.¹⁸⁷

Die Annahme, dass sich dieses Problem auf die USA oder Länder wie China und Japan begrenzt, ist falsch, da bereits 2008 am Mainzer Universitätsklinikum die bundesweit erste Ambulanz für Spiel- und Internetsucht gegründet wurde.

Eine Studie des US-Marktforschungsunternehmens United Sampler, die bereits im Mai 2011 veröffentlicht wurde, ergab, dass 60 Prozent der Arbeitsunterbrechungen pro Tag durch die sozialen Netzwerke zustande kommen. Fast die Hälfte der Befragten gaben an maximal 15 Minuten ohne Unterbrechungen arbeiten zu können. Dazu kommt, dass bei diversen Studien heraus gefunden wurde, dass bei einer Ablenkung von 30 Sekunden etwa 5 bis 15 Minuten gebraucht werden, um sich der ursprünglichen Aufgabe wieder konzentriert widmen zu können.¹⁸⁸

Wer seine Arbeit, ständig unterbricht, fördert nicht nur diese Entwicklung in der Gesellschaft, sondern sorgt auch dafür, dass sich sein Gehirn an das Informationsrauschen gewöhnt.¹⁸⁹

Dazu sagt der Hirnforscher Gerald Hüther von der Universität Göttingen „Aber die Leistungsfähigkeit des Gehirns hat auch sehr enge Grenzen“¹⁹⁰, denn das „Multitasking geht zulasten von Gedächtnis und Lernfähigkeit.“¹⁹¹ Dies bestätigt Christoph Türcke „Weil die Informationen so bruchstückhaft sind, so kleinteilig, können wir kaum noch etwas Zusammenhängendes nachhaltig erfassen“¹⁹²

185 Vgl.: <http://www.zeit.de/zeit-wissen/2011/05/Online-Sucht/seite-3>

186 Vgl.: a.a.O.

187 Vgl.: a.a.O.

188 Vgl.: <http://www.zeit.de/zeit-wissen/2011/05/Online-Sucht/seite-2>

189 Vgl.: a.a.O.

190 Zitat.: a.a.O.

191 Zitat.: a.a.O.

192 Zitat.: a.a.O.

Dieses heischen nach ständigen neuen Impulsen, die nur kurz unsere Aufmerksamkeit verlangen, macht uns süchtig. Wenn nun dieser Impuls ausbleibt, erleben wir einen Entzug. Edward Hallowell ein amerikanische Psychiater, spricht von Attention Deficit Trait (ADT) dem Charakterzug¹⁹³ des Aufmerksamkeitsdefizits.¹⁹⁴

Aus der exzessiven Nutzung der neuen Medien folgt ein sehr drastisches Problem für unsere Kinder. Denn anstatt mit dem Nachwuchs zu spielen, wird von den Eltern gesimst, gesurft und telefoniert. Hebammen, ErzieherInnen, SozialarbeiterInnen und PädagogInnen machten immer häufiger die Beobachtung, dass die Kinder nur noch an zweiter Stelle stehen. In Frankfurt am Main gilt mittlerweile in Kitas und Kinderarztpraxen Smartphone-Verbot.

Für die frühkindliche Entwicklung ist eine Bezugsperson, die mit dem Kind interagiert und kommuniziert unerlässlich. Vieles in der Kommunikation läuft über den Blickkontakt. Wenn dieser nicht erfolgt, kommt es zur Verzögerung in der Sprachentwicklung. Das kann im schlimmsten Fall in einer Depressionen beim Kind enden.¹⁹⁵ Diesem Kind wird ständig mitgeteilt, das es Wichtigeres gibt. Das Gefühl, dass das Handy wichtiger ist, führt langfristig zu echten Bindungsproblemen.¹⁹⁶

Aber nicht nur bei Kindern, sondern auch bei den Erwachsenen kommt es zu zwischenmenschlichen Problemen. Auch in der Partnerschaft entwickeln sich zunehmend Eifersuchtserscheinungen auf das Smartphone oder den Computer des Partners.¹⁹⁷ Das Gerät wird zum Störfaktor, welcher auf Dauer die Beziehung beeinträchtigt.

Gerade bei der „Doppelaufgabe“, die mit der Kinderbetreuung und dem Telefonat einhergehen, kann es schnell passieren, dass die Kinderbetreuung zu Nebensache wird. So können auch gefährliche Situationen für das Kind entstehen. Aber auch das Telefonat erzeugt Stress, denn durch die Betreuung des Kindes kann man sich nicht hundertprozentig auf das Gespräch konzentrieren.

193 Dieser Charakterzug ist antrainierbar und somit keine Krankheit.

194 Vgl.: <http://www.zeit.de/zeit-wissen/2011/05/Online-Sucht/seite-3>

195 Vgl.: <http://www.welt.de/vermischtes/article122038998/Wenn-das-Handy-wichtiger-wird-als-das-Kind.html>

196 Vgl.: a.a.O.

197 Vgl.: a.a.O.

Im Straßenverkehr gibt es die Regelung, dass, während man ein Fahrzeug führt, nicht mit dem Telefon agieren darf. Wer also im Auto sein Smartphone nicht verwendet, sollte dies auch bei seinen Kindern tun. Kinder lernen durch Nachahmung.

Wenn also die Eltern einen ständigen Drang haben zum Smartphone zu greifen, werden das auch ihre Kinder tun. Wenn diese Kinder in die Schule kommen sind sie nicht in der Lage sich länger als 15 Minuten auf etwas zu konzentrieren. Die Folge: sie werden mit Medikamenten ruhiggestellt. Auch fordern diese Kinder die ständige Aufmerksamkeit von ihrer Umwelt ein, welche sie in ihrer frühen Entwicklung nicht erhalten haben. So erziehen wir unseren Kindern das Aufmerksamkeitsdefizit-Hyperaktivitätssyndrom an.

Medizinische Probleme

Durch die exzessive Nutzung von Smartphone und Computer kommt es auch zu körperlichen Schäden. Durch das Hängenlassen des Kopfes beim Betrachten des Handys, der typischen „SMS Pose“, zerren bis zu 30 Kilogramm am Trapezmuskel der Nackenmuskulatur. Wer diese Haltung dauerhaft einnimmt, bekommt den sogenannten Handynacken. Wer diesen Schmerzen nicht nachgibt, bekommt Verspannungen und dies kann bis zum Verschleiß der Wirbelsäule führen. Wer längere Nachrichten schreiben will, sollte das lieber am PC tun, kurzfristig genügt es, wenn man das Handy auf Augenhöhe hält.¹⁹⁸



Abbildung 8: Der Handy-Nacken



Abbildung 9: Die WhatsApp-Hand

Durch stundenlanges Tippen am Smartphone wird die Sehne des Daumenstreckers gereizt. Sie entzündet sich und schwillt an. Diese Überlastung nennen Mediziner „WatsAppitis“. Bereits in den 1990er Jahren gab es besonders unter Jungen eine ähnliche Erkrankung; die „Nintendinitis“ durch das stundenlange Spielen am „Game Boy“.¹⁹⁹

¹⁹⁸ Vgl.: Fokus Ausgabe 26/15 „Aufrecht durchs Leben“ Seite: 81

¹⁹⁹ Vgl.: a.a.O. Seite: 82

Auch kann es zu einem Knick des Handrückens nach oben kommen. Diese unnatürliche Haltung beim Benutzen von Maus oder Tastatur wird als RSI-Syndrom oder als Mausarm bezeichnet. Die chronisch gereizten Sehnen können durch ergonomische Tastaturen, Handauflagen, vertikalen Mäusen oder gezielten Übungen entlastet werden.²⁰⁰

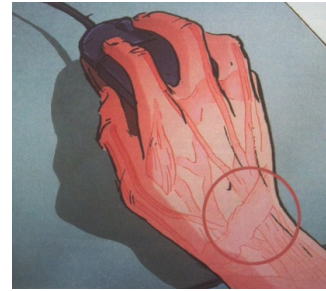


Abbildung 10: Der Maus-Arm

Alle diese psychischen und medizinischen Probleme lassen sich durch die Nichtnutzung des Smartphones, über welches die meisten Nutzer aktiv sind, realisieren. Heute ist das „Nichterreichbarsein“ ein hohes Gut. Manche Menschen machen dies zu ihrer Philosophie, aber leider denken nicht alle so.

4.2 Sozialen Medien und Philosophie

Es gibt Menschen, die das ständige Bedürfnis haben, alles was sie tun als etwas Besonderes bekannt zugeben. Künstler sind die besten Beispiele dafür. Aber auch so mancher Sportler gehört zu dieser Kategorie von Menschen.

Einer von ihnen ist Boris Becker mit „peinlichen Fotos und belanglosen Kommentaren“²⁰¹, benannte die Morgenpost, die Aktivitäten Boris Becker zu seinen 612 Tausend Followern bei Twitter.²⁰²(Stand 14.07.2015)

Andere Nutzer wie Miley Cyrus, die ihren letzten eigenen Post auf Twitter am 20. Juli 2015 tätigte und hauptsächlich Retweets von Fans auf ihrem Profil hat, hat 21,2 Millionen Follower.²⁰³(Stand 02.08.2015)

Zu den sehr aktiven Twitterern gehört auch William Shatner. Er ist Jahrgang 1931 und wurde durch die Serie „Star Trek“ als Kapitän James Tiberius Kirk bekannt und berühmt. Fans können ihm auf seinem Account aktiv folgen und mit etwas Glück auch direkt mit ihm Kontakt aufnehmen. Bei Twitter folgen ihm 2,23 Millionen Follower²⁰⁴ und bei Facebook hat er 1.013.159 „Gefällt mir“-Angaben²⁰⁵ (Stand:04.08.2015).

²⁰⁰ Vgl.: a.a.O. Seite: 84

²⁰¹ Zitat: <http://www.mopo.de/promi---show/peinliche-postings-so-blamiert-sich-boris-becker-im-internet,5066870,23869958.html>

²⁰² Vgl.: <https://twitter.com/theborisbecker>

²⁰³ Vgl.: <https://twitter.com/mileycyrus>

²⁰⁴ Vgl.: <https://twitter.com/WilliamShatner>

²⁰⁵ Vgl.: <https://www.facebook.com/williamshatner/likes>

Wer ihm abonniert hat, bekommt seine Meinungen zu Filmen und Fernsehserien. Für Nichtamerikaner ist die Nachvollziehbarkeit seiner Tweets kaum möglich, da die Sendungen zu denen er sich äußert mit mindestens einem halben bis anderthalb Jahren Verspätung in Deutschland gesendet werden. Zudem postet er noch ganz Interessantes über sein Leben und trat schon über das soziale Netzwerk an seine Fans heran, um für diverse soziale Projekte zu werben.

So zeigt sich auch ein philosophisches Problem: das Netz weiß alles über einen, weil der Nutzer es so möchte. Die Welt kennt seine Vorlieben und Hobbys. Und es macht auch Spaß, dies mit allen zu teilen. Wenn man daran kein Interesse mehr hat, kann man zwar seinen Account bei Facebook und Co. „löschen“ jedoch wird dieser nicht wirklich gelöscht, sondern es wird nur der Nutzerzugang gesperrt und alle Daten, welche je veröffentlicht wurden werden weiter verbreitet und vermarktet.

Und das Netz vergisst nichts, es gibt mittlerweile mehrere Projekte zur Archivierung von Internetseiten, wo auch nach Jahrzehnten noch nachgelesen werden kann, was wer, wann gesagt hat.²⁰⁶ „Das Recht auf Vergessen beschneidet das Recht auf Information“²⁰⁷. Eine Privatperson sieht dies anders als ein Kriminalist oder Staatsanwalt.

Doch was passiert mit meinem digitalen „ICH“, wenn „ICH“ nicht mehr bin? Die Frage „Was kommt nach dem Tod?“ versucht man zu beantworten. Seit dem digitalen Zeitalter, wo jeder seine Fußspuren im Netz hinterlässt kommt noch die Frage dazu, was passiert mit „meinem Profil“ nach „meinem Tod“? Selber kann man sich nicht mehr von den sozialen Plattformen abmelden. Durch den Passwortschutz oder Unwissenheit, in welchen Bereichen der Verstorbene aktiv war, kann es auch kein Angehöriger deaktivieren. Ein interessanter Faktor kommt dazu, wenn man feststellt, dass auf ein solches Profil, noch Geburtstagsglückwünsche eintreffen und sich die Grüßenden beschweren, das der Profilinhaber nicht antwortet. Hoffen sie durch die digitale Welt mit dem Jenseits in Verbindung treten zu können?

Sollte es in Zukunft eine Uhr geben, die über Facebook den Gesundheitszustand postet, dann sollte es ihr auch möglich sein, bei einem nicht mehr feststellbaren Puls, das Profil online abzumelden. Wenn ja, was passiert, wenn der Träger duschen will oder am Strand die Uhr ablegt, stirbt man dann mehrfach an einem Tag?

206 Vgl.: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/digitale-bibliothek-internet-archive-13614849.html>

207 Zitat: a.a.O.

4.3 Datenschutz

Die kostenlose Nutzung von Sozialen Medien Plattformen wird mit der Preisgabe der persönlichen Daten bezahlt. So stehen Facebook und Co. schon lange im Fokus der Datenschützer.

Sei es, weil Facebook bei der Anmeldung nicht nur nach der Mailadresse fragt, sondern auch gleich noch nach dem Passwort mit der Begründung, so können die Freunde schneller gefunden werden. Dahinter steht allerdings, dass das Adressbuch durchsucht und persönliche Nachrichten mitgelesen werden. Die Nutzer werden geködert immer mehr persönliche Daten freizugeben mit dem Versprechen, weniger Werbung einzusetzen und verbesserte Funktionen anzubieten.

Hochgeladene Bilder werden nach biometrischen Daten ausgewertet und so wird es möglich, auch auf anderen Bildern automatisch erkannt zu werden.

Doch das reicht Facebook immer noch nicht: Seit dem 30.01.2015 gelten die neuen Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). Da das Unternehmen der Meinung ist, dass sich diese ohnehin keiner durchliest, werden die AGB beim Einloggen automatisch akzeptiert. Eine extra Zustimmung zu diesen ist nicht vorgesehen. Somit haben die Nutzer der Verfolgung und Datensammlung „über die Facebook-Seite hinaus“ zugestimmt, ohne davon zu wissen.

Der Anwalt Christian Solmecke meint zwar, dass es rechtswidrig in Deutschland ist, eine Änderungen der AGB ohne Einwilligung der Nutzer durchzuführen.²⁰⁸ Jedoch ist dieses Verhalten seitens Facebook bislang ohne nennenswerte Folgen geblieben. Die Kritik steht zwar im Raum, trotz allem ist der überwiegende Teil der Facebook-Nutzer seinem Netzwerk treu.

Diese AGB beinhalten unter anderem, dass nur noch personenbezogene Werbung angezeigt werden darf. Das führt dazu, dass bei einer Suche im Netz nach z.B. Babykleidung als Geschenk für eine Freundin, Facebook davon ausgeht, dass die Suche für einen selbst sei und weitere Produkte als Affiliate Werbung²⁰⁹ präsentiert.

²⁰⁸ Vgl.: <http://www.zeit.de/digital/datenschutz/2015-01/facebook-agb-aenderung-datenschutz-fragen>

²⁰⁹ Ein Produktanbieter stellt Werbemittel zur Verfügung, die der Affiliate, der Web-Seiten-Betreiber, dann dem Nutzer präsentiert.

Mit der geöffneten Webseite und der App wird eine persönliche ID für den Nutzer vergeben und das ermöglicht Facebook die Verfolgung der Nutzer im Netz.²¹⁰ Dies wird durch das Werbe-Netzwerk „Atlas“ möglich, von dem auch Partner Webseiten profitieren. So wird aus der einen Seite, welche Daten sammelt, 13 Millionen Seiten.²¹¹

Zudem überwacht Facebook seine Nutzer via GPS, mittels Facebook-Diensten wie WhatsApp oder Instagram und über die Facebook-App. Aus diesen Daten wird die Position ausgelesen und auf umliegende Geschäfte oder Restaurants aufmerksam gemacht. Und wer es möchte, kann sich anzeigen lassen, welche Freunde gerade in der Nähe sind.

Der „Blaue-Riese“ verfolgt damit das Ziel, durch die Werbeeinnahmen den Wert der Firma bzw. der eigenen börsennotierten Aktie zu steigern.²¹²

Wer einmal in Facebook seine Daten hinterlassen hat, kommt auch nicht mehr heraus, da Facebook laut AGB den Account lediglich sperrt, ihn aber nicht löscht. Somit kann Facebook auch noch Jahre nach der eigenen Inaktivität, die in Facebook veröffentlichten Daten gewinnbringend nutzen.

Das Abmelden von Facebook ist keine Lösung. Zum einen, weil der Account nicht wirklich gelöscht wird.

Und zum zweiten: „Eine Studie der Universität im belgischen Löwen hat ergeben, dass Nutzer auch dann beim Surfen verfolgt werden, wenn sie gar kein Konto bei Facebook haben.“²¹³

Für diese Nicht-Facebook-Nutzer werden nicht öffentliche Profile angelegt und so deren Daten gesammelt. Jeder Mensch, der im Internet surft und seine Daten als digitale Spuren hinterlässt, hat ein Konto bei Facebook.

Datenschützer sehen in dieser neuen Form der Facebook-Überwachung einen Eingriff in die Privatsphäre, da Facebook ja immer weiß, wo sich die Menschen aufhalten. Allerdings postet der aktive Nutzer ohnehin ständig was er wo, wann und wie tut.

210 Vgl.: <http://t3n.de/news/facebook-atlas-online-werbung-569178/>

211 Vgl.: <http://www.zeit.de/digital/datenschutz/2015-01/facebook-agb-aenderung-datenschutz-fragen>

212 Vgl.: http://www.boersenblatt.net/artikel-soziale_netzwerke.520886.html

213 Zitat: <http://www.sueddeutsche.de/digital/tracking-datenschuetzer-facebook-hat-keinen-respekt-vor-privatsphaere-1.2483240>

Der vorsichtige Umgang ist geboten, wer ständig postet an welchem Ort er ist und was er gekauft hat, läuft Gefahr, dass „Freunde“ nach längerer Beobachtung Muster aus den Tagesaktivitäten ausmachen und somit erkennen, ob sich z.B. ein Einbruch in die Wohnung lohnt.

Es gibt Möglichkeiten, dass Facebook die gesammelten Daten nicht dazu verwendet, den Nutzer mit Werbung zu bombardieren. Über externe Plattformen wie About Ads und Your Online Choices kann der Nutzer einstellen von welchen Facebook-Werbepartner er Werbung sehen möchte, daran möchte sich Facebook nach eigenen Angaben auch halten.²¹⁴ Jedoch gibt es keine Sicherheit, dass Facebook die Surfaktivitäten nicht nachverfolgt.

In einem gewissen Umfang kann man sich selber schützen, in dem man das GPS abstellt.

Peter Schaar, der ehemaligen Datenschutzbeauftragten des Bundes, distanzierte sich von Facebook und gründete dies damit, dass es „definitiv ein Schritt in Richtung vollständiger Überwachung“²¹⁵ darstellt.

Jetzt werden nicht mehr nur „Likes“ sondern auch „Dislikes“ des Nutzers gespeichert. Die Nutzerdaten werden plattformübergreifend ausgewertet und in Zukunft sollen neben Cookies auch Daten wie individuelle Kenn- und Geräteummern von Apps und Smartphones gespeichert werden. Diese Daten und solche, die über Social-Plugins wie den Gefällt-mir-Button, erhoben werden, sollen für das personalisierte Werben gesammelt werden.

Doch ist auch ein Wechsel des Netzwerkes nicht so einfach möglich. Der Gruppendrucks bzw. die neue Bezeichnung „locked in“ zu deutsch „eingesperrt sein“ macht es Nutzern schwer, über die Grenzen von Facebook hinaus, ihre sozialen Kontakte zu pflegen. So ist ein einfacher Wechsel des Netzwerkes nicht möglich.

214 Vgl.: <http://www.zeit.de/digital/datenschutz/2015-01/facebook-agb-aenderung-datenschutz-fragen/seite-2>

215 Zitat: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/die-digital-debatte/peter-schaar-ueber-facebooks-resistenz-gegen-kritik-13404173.html>

Belgische Datenschützer drohten im Mai 2015 mit rechtlichen Schritten gegen Facebook, sollte dieses das Sammeln der Nutzerdaten nicht stark einschränken. Zu dem verlangen sie die Offenlegung, wie Facebook Cookies²¹⁶ nutzt.²¹⁷

Facebook antwortete „Facebook werde bereits in Europa reguliert und halte sich an europäisches Datenschutzrecht.“²¹⁸

Facebook hat eine Tochtergesellschaft in Dublin.

Damit findet das EU-Datenschutzrecht von 1995 Anwendung, welches besagt „dass Unternehmen, die bereits in einem europäischen Land reguliert werden, auch in anderen Teilen Europas operieren dürfen.“²¹⁹

D.h. es werden die strenger deutschen Datenschutzrichtlinien ausgehebelt, da sich Facebook lediglich an die irischen halten muss.

Während die Belgier noch drohen handelte Max Schrems. Der österreichische Datenschutz-Aktivist verklagt Facebook vor dem Europäischen Gerichtshof (EuGH) in Luxemburg und strengte parallel eine Verbraucherschutzklage vor dem Landgericht Wien an.

Es ist eine Sammelklage von acht Kläger aus Österreich, Deutschland und Indien, sowie 25.000 Unterstützern und weiteren 50.000 Menschen, welche sich im Internet registriert haben, um sich gegebenenfalls später der Klage anschließen zu können.

Schrems als Hauptkläger wirft „Facebook diverse Verletzungen der Privatsphäre und Verstöße gegen das Datenschutzrecht vor.“²²⁰

Vor dem EuGH soll die Frage geklärt werden, ob von Facebook „Nutzerdaten unzureichend vor dem Zugriff amerikanischer Geheimdienste“²²¹ gesichert werden.

Zwar erlaubt das Safe-Harbour-Abkommen zwischen der EU und den USA die Speicherung der Daten. Doch ist der Zugriff durch Geheimdienste, wie dem NSA, nicht ausreichend gesichert.

216 Cookies speichern Informationen in Dateien. Dies können Passwörter, die Registrierung welcher Nutzer auf welcher Webseite wie lange verweilt und auch andere Daten sein

217 Vgl.: <http://www.sueddeutsche.de/digital/tracking-datenschuetzer-facebook-hat-keinen-respekt-vor-privatsphaere-1.2483240>

218 Zitat: a.a.O.

219 Zitat: a.a.O.

220 Zitat: a.a.O.

221 Zitat: a.a.O.

Durch Edward Snowdens Enthüllungen ist es keine Frage mehr, ob Facebook die Daten ausreichend vor einem Zugriff von NSA und Co. schützen kann. Der Nutzer muss sich bewusst sein, dass die Geheimdienste die Daten bereits haben.

Nach eigenen Angaben hält sich Facebook an die europäischen Datenschutzrichtlinien und verweist darauf, dass die Klage unzulässig sei. Das Unternehmen hält die 25.000 nach irischem Recht für „nicht geschäftsfähig“. Facebook wird zwar in Irland verklagt aber Verbraucherschutz-Angelegenheiten werden in der Heimat des Klägers, also in Wien verhandelt. Jedoch meint der „blaue Riese“, dass das Wiener Landgericht dafür nicht zuständig sei.²²²

Der Hintergrund für Schrems Bemühungen ist seine Nachfrage bei Facebook im Jahre 2011, welche Informationen Facebook von ihm gespeichert hat.

Eine 1.222 seitige Antwort, von persönlichen Daten kam zurück. Trotz der Klage ist Schrems noch immer in dem sozialem Netzwerk aktiv und meint, dies ist „eine total geile Technologie, mit der man mit wahnsinnig vielen Leuten Kontakt halten kann.“²²³ Er teile nur nichts Persönliches mehr mit.

Am 01.07.2015 wurde bekannt: „Das Wiener Landgericht erklärte sich für nicht zuständig, da der Kläger kein Verbraucher sei.“²²⁴

Die Begründung des Gerichts ist so zu verstehen, dass Schrems das Netzwerk auch beruflich, auf Grund der weltweiten Aufmerksamkeit, benutze und somit kein Verbraucher im herkömmlichen Sinne mehr sei.²²⁵

Darauf antwortete Schrems „Es entsteht leider der Eindruck, dass das Landesgericht die heiße Kartoffel an die höheren Gerichte weiterreichen wollte“²²⁶ und kündigte Rechtsmittel gegen den Beschluss an.

Damit wird der Streit um Datensicherheit zu einem Balanceakt. Es muss geklärt werden wer für die Rechtsprechung zuständig ist, um dem Datensammelwahnsinn Einhalt zu gebieten. Die ganze Welt wartet auf ein Grundsatzurteil.

222 Vgl.: <http://www.sueddeutsche.de/digital/datenschutz-klage-gegen-facebook-max-schrems-gefaellt-das-nicht-1.2427073>

223 Zitat: a.a.O.

224 Zitat: <http://www.sz-online.de/nachrichten/gericht-weist-klage-gegen-facebook-zurueck-3139312.html>

225 Vgl.: a.a.O.

226 Vgl.: a.a.O.

Mit dem üblichen Social-Media-Buttons überwachen Facebook & Co. das Surfverhalten. Der Facebook „Gefällt-mir“-Button hat auch schon Abmahnungen und Klagen der Verbraucherschützer gegen deutsche Firmen ausgelöst. Hintergrund ist, dass seine Einbindung auf Webseiten nicht datenschutzkonform ist, da jeder Besucher der Seite erfasst wird, auch ohne Betätigung des Buttons.²²⁷

Eine Alternative bietet der Shariff-Share-Button²²⁸, er schützt die Privatsphäre. Dieses Projekt von dem Magazin für Computer Technik c't des Heise Verlags, ersetzt die bisherigen Share-Buttons und sorgt dafür, dass das Surfverhalten nicht von Dritten beobachtet werden kann. Erst durch das Betätigen des Buttons werden Informationen geteilt.²²⁹ Dazu muss allerdings der Webseiten-Betreiber, anstelle des originalen Facebook-Buttons diesen einbinden.

Der Grund für die Datenschützer so aktiv gegen Datensammler wie Facebook, Google Apple und Co. zu kämpfen ist der Identitätsdiebstahl, welcher im Netz immer mehr zunimmt. Der Diebstahl bzw. Missbrauch der Daten führt nicht nur zur Verbreitung dieser Daten, sondern es können auch direkte Schäden verursacht werden.

Für kriminelle Handlungen wie das Eröffnen eines Kreditkartenkontos, den Abschluss eines Kaufvertrages im höheren Preissektor oder das Gründen eines kriminellen Unternehmens wird der eigentliche Dateninhaber haftbar gemacht werden. Davor schützen kann man sich nur, in dem man im Vorfeld nicht zu viele Daten von sich bekannt gibt.

Aber Facebook greift nicht nur Daten ab, sondern arbeitet auch mit der NSA direkt zusammen.

„Facebook manipuliert im Auftrag der US-Regierung regierungskritische Veranstaltungs-Infos und Direktnachrichten zwischen teilnehmenden Nutzern, um Demonstrationen zu verhindern.“²³⁰

Von Facebook und NSA wurde „SPORA“, ein Verfahren zum manipulieren von Direktnachrichten entwickelt, um Flashmobs und andere spontane Demonstrationen zu verhindern. Mit dieser Software werden nicht mehr einfach nur Nachrichten verspätet oder gar nicht zugestellt, da dies negativ auf Facebook oder andere zurück fallen könnte.

²²⁷ Vgl.: http://www.focus.de/digital/computer/verbraucher-verbraucherschutz-klagen-wegen-like-buttons-von-facebook_id_4698275.html

²²⁸ Die Basis-Komponente besteht aus JavaScript und CSS. Die Server-Komponente wird in PHP, Perl und Node.js angeboten. Shariff wurde auf Open Source Basis entwickelt. Er ist so für jeden einfach zu verwenden und erweiterbar.

²²⁹ Vgl.: <http://www.heise.de/ct/artikel/Shariff-Social-Media-Buttons-mit-Datenschutz-2467514.html>

²³⁰ Zitat.: <http://www.heise.de/newsticker/meldung/NSA-Skandal-Facebook-unterwandert-Flashmob-Verabredungen-2592853.html>

Mit SPORA werden Zeit- und Ortsangaben so verfälscht, dass Teilnehmer zu unterschiedlichen Zeiten an verschiedenen Orten auf ihre Mitstreiter warten und enttäuscht über deren Nichterscheinen sind, dies jedoch mit Desinteresse erklären. Es wurde festgestellt, dass nach dem zweiten gescheiterten Versuch keine weiteren derartigen Veranstaltungen geplant werden.²³¹

Wer trotzdem ein solches Event plant sollte Zeit und Ort händisch aufschreiben und abfotografieren. Da der Eingriff in Bilddateien, einen wesentlich höheren Aufwand darstellt und leicht nachweisbar ist.²³²

Um dies allem zu entgehen, suchen Menschen nach Alternativen.

4.4 Alternativen?

Gegentrends gegen den großen Mainstream gibt es viele. So zum Beispiel waren die Netzwerke Ello und Sociax ursprünglich als Anti-Facebook-Netzwerke gedacht. Datensicherheit wird und wurde hier wirklich groß geschrieben und die Werbefreiheit garantiert.²³³ Ob sie sich jedoch wirklich gegen den „blauen Riesen“ durchsetzen und auf Dauer ihre Versprechungen halten können, ist jetzt noch nicht abzusehen. Allerdings ist es fraglich, da man beobachten kann, dass auch der große Facebook-Konkurrent Google+ aufgegeben hat.

Leider hat der Begriff Anti-Sozial keine eindeutige Definition.

So gibt es Anti-Social-Network Plattformen, die zum Mobbing gegen Personen aufrufen. Oder in den USA gibt es Netzwerke, die spezielle Interessengruppen miteinander verbinden, wobei aber diese manuell gesteuert werden. D.h. für diese muss man sich erst bewerben und nur wenn der Bewerber in das Bild dieses Netzwerkes passt, wird er aufgenommen.²³⁴

Dem entgegen steht auch, dass viele Jugendliche eher Tatsachen glauben, die gedruckt werden, als denen, die im Internet veröffentlicht sind. Dies zeigte eine aktuelle Studie von Februar 2015.²³⁵

²³¹ Vgl.: a.a.O.

²³² Vgl.: a.a.O.

²³³ Vgl.: <https://www.basichthinking.de/blog/2015/06/03/facebook-alternativen-ello-sociax/>

²³⁴ Vgl.: <http://www.trendhunter.com/slideshow/anti-social-social-media&prev=search>

²³⁵ Vgl.: <http://www.boersenblatt.net/868387/?t=newsletter>

Gegentrends wie „Offline Netze“ werden immer beliebter. Junge Menschen, ohne Kontakt zum Internet treffen sich. Bewusstes Entschleunigen und der Informationsflut entgegenwirken ist die Devise. Stundenlange Gespräche und gemeinsame Unternehmungen, wie z.B. Wandern oder Radtouren, ohne Smartphone und Co. sind angesagt.

Zusammenfassend kann man sagen, eine Alternative zu Facebook kann der Wechsel des sozialen Netzwerks sein. Jedoch ist die „Datenkrake“ sehr aktiv und ein Leben ohne Facebook bedeutet ein Leben ohne Internet. Aus diesen Gründen sollte jeder einen Teil seines Lebens offline verbringen. Denn was sonst ist die Alternative?

4.5 In Zukunft: die totale Vernetzung?

Wie die Menschen in Zukunft mit den Sozialen Medien umgehen könnten, prognostiziert warnend Dave Eggers in seinem Roman „Der Circle“:

Der Circle ist ein innovatives Unternehmen und produziert neue Apps und anderes für den medialen Markt. Er wird als eine Mischung aus Facebook, Google, Apple, PayPal und Amazon dargestellt.

Die Romanheldin Mae Holland, 24 Jahre alt, ist fasziniert von ihrem neuen Arbeitgeber. Zu Beginn wurden alle Daten von ihrem Laptop und Handy auf zwei Geräte des Circles übertragen und in der Circlecloud unlöschbar abgespeichert. Sie wird im Sekundentakt über interne und externe Informationen benachrichtigt. Etwas ist erst dann „echt und wahr“, wenn es im Circle-Netzwerk gepostet, kommentiert und bewertet wurde. Auskunftspflicht besteht über alles.

Privatheit ist verpönt. Der Sozialdruck wird jedoch nicht als gefährlich wahrgenommen. Durch den Circle hat jeder im Internet nur noch eine einzige Identität und kann sich nicht mit einem Avatar in mögliche Grauzonen flüchten. In einer Präsentation werden „Geheimnisse sind Lügen“, „teilen ist heilen“ und „alles Private ist Diebstahl“ als Grundaussagen des ÜPcels vorgestellt. Die Belegschaft filmt das eigene Leben. Diese Transparenz wird durch den Gruppendruck zum Zwang.

Eine App für Wahlen macht die Regierung überflüssig. So entsteht die vermeintlich absolute Demokratie. Jeder kann prüfen, wer für was gestimmt hat. Mit dem Circle können auch Behördengänge getätigt, Geld überwiesen und bezahlt werden. Der Circle-Account wird zur Pflicht eines jeden Amerikaners.

Dave Eggers zeigt in seinem Roman, dass durch die eventuelle Abschaffung des Circels die Angst plötzlich „nicht mehr wichtig zu sein“ geschürt wird. Die komplette Datenüberwachung wird akzeptiert und es wird sich ihr mit Freude unterworfen.

Es werden drei extreme Konsequenzen in dem Roman aufgezeigt:

die erste ist die totale Verweigerung des Circles. Da alle Menschen mit einem Circle Produkt ausgestattet sind, sieht ein Charakter des Buches, um dem allen zu entgehen, nur den Weg in den Freitod.

Zum Zweiten ist die Flucht aus dem eigenen Haus und die Kommunikation über Dritte, für Mae die einzige Chance mit ihren Eltern, als Circle-Verweigerer, zu kommunizieren.

Die dritte Konsequenz zeigt, dass durch die ständige Präsenz der Medien inklusive Mobbing und Shitstorm, eine Circle-Mitarbeiterin auf Grund von totaler Erschöpfung und Überlastung an Burnout erkrankt und später ins Koma fällt.

Die Reflexion des Circles mit dem Heute

Noch sind Facebook, Google, Apple, PayPal, Amazon und andere Konkurrenten. Keiner von ihnen hat eine absolute Monopolstellung. Allerdings dringt jeder immer mehr in die Marktbereiche der anderen ein. Dadurch erhöht sich der Konkurrenzdruck, wer dem nicht stand hält wird aufgekauft.

Schon heute ist es nicht mehr möglich Daten, die einmal ins Netz gekommen sind, zu löschen. Datenschützer und andere kämpfen dafür die Datensammelwut zu begrenzen.

Google ist nach wie vor die meist genutzte Suchmaschine. Mal schnell nach Informationen googlen ist vom Alltag kaum noch wegzudenken und wenn es Google nicht findet, wird an der Existenz gezweifelt. Zwar gibt es weitere Suchmaschinen, die aber seltener genutzt werden.

Menschen dürfen heute noch privat sein. Keiner muss sein Leben vor der ganzen Welt offenlegen. Die totale Überwachung ist noch nicht real. Der Mensch ist intelligent. Die Bestrebungen, es nicht so weit kommen zu lassen, sind aller Orten spürbar.

Apps für Wahlen, die die Regierung ersetzen, wird es nicht geben, dafür werden die Regierungen schon sorgen. Noch ist es unwahrscheinlich, dass ein Social-Media-Account zur Pflicht wird. Wenn jedoch Hausaufgaben, Prüfungsthemen oder wichtige Unternehmensinformationen ausschließlich via z.B. Facebook verbreitet werden, liegt ein indirekter Zwang zum Account vor. An dieser Stelle sollte nicht vergessen werden, dass sämtliche Rechte zu den Veröffentlichungen dabei an Facebook abgetreten werden.

Für viele Menschen ist es schon heute ein Problem, nicht ständig interessant zu sein. Es ist nicht mehr wichtig, was sie posten, sondern nur noch, dass sie posten. Dabei gibt es Ähnlichkeiten mit dem Roman.

Auch die drei im Roman dargestellten Konsequenzen sind schon jetzt erschreckend real.

Zwar scheint die erste, der Freitod, noch übertrieben, aber wer Facebook und Co. verweigert gilt oftmals als rückständig.

Es ist schon heute nicht mehr möglich, der Datensammelwut der Sozialen Medien zu entgehen, doch für den, der es wünscht, bedeutet das ein Leben ohne Internet.

Durch die Informationsflut ist Burnout schon heute real. Allerdings gibt es über „das Zuviel“ mit den neuen Medien noch keine Langzeitstudien.

Es ist erschreckend, wie die Akteure des Romans mit den Sozialen Medien umgehen. Obwohl im Roman alle Informationen über den Circle ausschließlich positiv dargestellt werden, kommt man beim „Selbernachdenken“, auf die negativen Aspekte.

5 Zusammenfassung und Schlussfolgerung

Bisher wurde in dieser Arbeit erläutert wie der Mensch von der Dampfmaschine, dem Inbegriff der Sozialisation des modernen Menschen, zu dem heutigen Stand der Technik gekommen ist.

Der 5. Kondratieff-Zyklus ist die „Lange Welle der Information und Kommunikation“.

Im Jahre 1990 begann mit der Abschaltung des Arpanet die kommerzielle Phase des Internets.²³⁶ Mit dem Ende des 20. Jahrhunderts erhielt es einen Boom. Im Jahr 2005 hat in Deutschland der Stromverbrauch für die Internet-Infrastruktur und Nutzung bereits den Stromverbrauch für Beleuchtung überschritten.²³⁷ Heute ist das Web 2.0 kaum noch weg zu denken. Ob wir mal schnell schauen, wo das nächste Restaurant ist, wann der nächste Bus fährt oder man sich Online bewirbt, ohne Internet wäre vieles nicht möglich.

Auch ganze Berufsgruppen haben sich durch das Internet erst entwickelt z.B. Web-Developer, Web-Designer, Blogger und Internet-Security. In unsere tägliche Sprache wurden Wörter wie googlen, chatten, twittern und youtuben aufgenommen.

In dieser Arbeit wurden verschiedene Plattformen mit deren Funktionen und Hintergründen vorgestellt. Darüber hinaus wurde erläutert, welche Bedürfnisse des Menschen zugrunde liegen, warum die soziale Kommunikation überhaupt funktioniert und warum es das Bedürfnis der Mitteilung über die Sozialen Medien gibt.

Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement wurden seit Existenz der Sozialen Medien in diese verlagert und dadurch vereinfacht.

Danach wurde erläutert was passiert, wenn sich die Sozialen Medien mit den herkömmlichen Medien verbinden. Die Vergangenheit hat gezeigt, dass kein neues Medium es geschafft hat, ein altes Medium komplett zu verdrängen.

Die Informatisierung sorgt dafür, dass intelligente Algorithmen das Informationsmanagement für uns übernehmen. Dadurch wird leider nur noch angezeigt, was den Nutzer interessieren könnte, basierend auf vorangegangenen Suchen. Er hat wenig Chancen zu einer anderen Meinung, zu widersprechen oder mitzuteilen, dass er Hintergrundinformationen dazu „geliefert“ bekommen möchte.

²³⁶ Vgl: <https://books.google.de/books?id=FT1EAQAAQBAJ&pg=PT6&lpg=PT6&dq=Im+Jahre+1990+begann+mit+-der+Abschaltung+des+Arpanet&source=bl&ots=RTh78Lyv8U&sig=CclrKVSmsXHgQeQsWBEppAojtYQ&hl=de&sa=X&ei=OMZVVcX-E8S3swGXn4HgAQ&ved=0CCcQ6AEwAQ#v=onepage&q=Im%20Jahre%201990%20begann%20mit%20der%20Abschaltung%20des%20Arpanet&f=false>

²³⁷ Vgl.: <http://www.derwesten.de/panorama/wie-das-internet-zum-stromfresser-wird-id10280840.html>

Ein weiterer Bereich waren die psychologischen und philosophischen Aspekte. Es wurde in der Arbeit aufgezeigt, was mit und ohne Soziale Medien mit dem Menschen passiert.

Ständige Aktivität in den Sozialen Medien kann zum Problem werden und zur Sucht führen. Es wird vor dem neuen Suchtpotential eindringlich gewarnt.²³⁸ Man spricht mittlerweile von Handy-, Online- oder auch Soziale-Medien-Sucht.

Das größte Problem der Süchtigen ist die ständige Online-Erreichbarkeit, jedoch werden Funklöcher und ganze Bereiche ohne Netz zur Geduldsprobe.

Daher arbeiten mehrere Firmen an einem „Internet für alle“.²³⁹ Über Satelliten, Heißluftballons und Luftschiffe soll es möglich sein, ein weltweites Internetangebot zu schaffen. Somit hat Jeder überall, ob in der Wüste oder auf dem Ozean, die Möglichkeit alles allen mitzuteilen.

Auch ging die Arbeit auf eine mögliche Utopie in Form eines Romans ein. Dieser führte vor Augen, was passieren kann, wenn die Sozialen Medien die Oberhand über den Menschen bekommen.

Eine solche Zukunft, die die totale Überwachung ermöglicht, ist gruselig. Einige wenige Menschen fangen an sich für diese neue Technik zu begeistern, dadurch wird sich der Druck auf den Rest der Gesellschaft erhöhen, es ihnen gleich zu tun. Und so werden die Verweigerer zu sozial Ausgestoßenen.

In einem Interview vom 01. Juli 2015 sagte Mark Zuckerberg, dass er in Zukunft auf die künstliche Intelligenz-Forschung setzen will.

Wenn ein Nutzer ein Foto hoch läd will „Facebook sicherstellen, dass der Abgebildete das Foto auch zu sehen bekommt.“²⁴⁰

Auch Nicht-Facebook-Nutzer werden auf kurz oder lang zum Eintritt in Facebook genötigt. Ständige Aufforderungen via Mail sind nur ein Anfang.

238 Vgl: http://www.focus.de/panorama/welt/gesundheit-jugendarzt-warnt-vor-mediensucht-bei-jugendlichen_aid_931207.html

239 Vgl.: <http://www.welt.de/wirtschaft/article143141642/Internet-fuer-alle-koennte-schon-bald-Realitaet-sein.html>

240 Zitat: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/facebook-die-visionen-des-mark-zuckerberg-a-1041522.html>

Über biometrische Daten soll es z.B. möglich sein, wenn ein Käufer ein Geschäft betritt, der Verkäufer schon in dem Moment in das Nutzerprofil Einsicht nehmen kann.

Zuckerberg sagt weiter, dass Facebook „beispielsweise an einem System, dass alles erkennen kann, was auf einem Foto oder in einem Video zu sehen ist“²⁴¹ arbeitet.

So kann eine, zu den auf dem Foto erkannten Gegenständen, passende Werbung dem Nutzer übermittelt werden.

Außerdem sucht der Facebook Chef auch nach dem „grundlegenden mathematischen Gesetz für menschliche Beziehungen.“²⁴²

Damit ist das Vorhersehen der „Kompatibilität“ von zwei Partnern möglich.

Zuckerberg sagt, dass mit „Augmented-Reality unsere zukünftigen Handys und andere permanent tragbaren Geräte ausgestattet werden, um unsere Erlebnisse und unsere Kommunikation zu verbessern“²⁴³

So wird der Mensch mit Datenbrillen, intelligente Uhren u.ä. ausgerüstet, welche uns einen ständigen Zugang zum Internet ermöglichen und die sich durch personalisierte Werbung finanzieren.

Der Facebook Chef hofft dass, wir „eines Tages in der Lage sein werden, einander mithilfe von Technik vollständige Gedanken direkt zu schicken.“²⁴⁴

Alle von Mark Zuckerberg ausgesprochenen Zukunftswünsche haben ein großes Potential sind aber problematisch, wenn sie gegen den Menschen oder für Spionagezwecke eingesetzt werden.

241 Zitat: a.a.O.

242 Zitat: a.a.O.

243 Zitat: a.a.O.

244 Zitat: a.a.O.

Schlussfolgerung

An den Sozialen Medien scheiden sich die Geister. Die einen können ohne sie nicht leben, die anderen sehen sie als Datenfänger und lassen Facebook, Twitter und Co. gar nicht erst an ihrem Leben teilhaben.

Diese Arbeit möchte die Sozialen Medien nicht verteufeln. Sie soll lediglich deren Möglichkeiten aufzeigen und auf potenzielle wie aktuelle Probleme hinweisen. Es gibt immer mehrere Seiten der Datennutzung. Dabei soll nicht vergessen werden, dass Datenschützer immer lauter vor Facebook und Co. warnen²⁴⁵, die Nutzer aber freiwillig ins Internet gehen und dort teilweise gern ihre Daten zur Verfügung stellen.

Die Sozialen Medien dringen in weitere neue Bereiche vor z.B. die Küche.

Natürlich wäre es schön, wenn der Kühlschrank Nahrungsmittel selber nachbestellt und anliefern lässt, wenn die Vorräte zu Ende gehen. Aber wer möchte sich schon von der Technik vorschreiben lassen, was er essen soll. Der persönliche Einkauf ist nützlich, um neue Produkte kennenzulernen, auszuprobieren und Menschen zu begegnen.

Werden diese Daten, mit anderen Systemen verbunden, wie zum Beispiel mit der Gesundheitskarte, so könnte der Hausarzt oder die Krankenkasse Einfluss auf die vom Kühlschrank getätigten Einkäufe nehmen. Alle Menschen ernähren sich nur noch gesund, die Tierproduktion würde vielleicht verringert werden.

Wenn der Kühlschrank auch noch mit einem digitalen Bezahlssystem verbunden ist: könnte eine Oma, die ihrem Enkel Schokolade kauft, vom Arzt angemahnt werden sich gesünder zu ernähren und dadurch den Kühlschrank zum Kauf von wertvolleren Nahrungsmitteln veranlassen.

Was zur Folge haben könnte, dass der Kühlschrank vorschreibt eine Diät zu machen, nur weil Oma ein Geburtstagsgeschenk gekauft hat.

Die Quintessenz dieser Arbeit ist, dass die Sozialen Medien auf Grund des schnellen Internets die Menschen und die Wirtschaft global vernetzen und dadurch unerlässlich sind. Auch wird der Ausbau der Sozialen Medien ständig voran getrieben und dadurch wird der nächste technologische Sprung schneller möglich sein.

²⁴⁵ <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/die-digital-debatte/peter-schaar-ueber-facebooks-resistenz-gegen-kritik-13404173.html>

Die Sozialen Medien sind Fluch und Segen zugleich, dennoch sind sie ein Kommunikationsmittel der Zukunft. Sie ermöglichen dem Nutzer viele Vorteile, bringen aber auch Nachteile. Es gibt nicht den richtigen Umgang mit Facebook und Co., jedoch sollte jeder Nutzer über die negativen Seiten Bescheid wissen. Man darf nicht zu viele Informationen bekannt geben und dabei immer abwägen „was muss“, „was kann“ und „was sollte nicht“. Wer sich gegen die Sozialen Medien entscheidet könnte isoliert werden. Jedoch kann eine Isolation auch bei zu viel Aktivität in den Sozialen Medien entstehen.

Die Individualisierung ist ein wesentliches Merkmal der Sozialen Medien. Noch nie zuvor war es so einfach einer breiten Masse seine eigenen Beiträge, Gedanken, Meinungen oder gar ganze audiovisuelle Produktionen zur Verfügung zu stellen. Diese Inhalte können dann zum Beispiel mit einem QR-Code verknüpft und als Download angeboten werden. Darüber hinaus bietet das Internet durch seine Anonymität die Möglichkeit, sich in verschiedenen Rollen auszuprobieren. Gerade Jugendliche finden hier eine Möglichkeit sich selbst zu finden, wie es zuvor noch nie möglich war.

Ein weiterer wichtiger Vorteil, den die sozialen Medien bieten, ist die Kontaktannahme zum zukünftigen Arbeitgeber. Immer mehr Unternehmen nutzen Plattformen wie XING, um mit potenziellen Arbeitnehmern Kontakt aufzunehmen. Bundesagenturen wie das JobCenter oder die Bundesagentur für Arbeit verlieren immer mehr an Bedeutung bis sie vollständig verschwinden, nicht nur Seitens der Arbeitssuchenden, sondern vor allem auch Seitens der Unternehmen.

Die sozialen Medien sind schon jetzt ein wesentlicher Bestandteil unserer Gesellschaft geworden und die Begeisterung für die Sozialen Medien nimmt tendenziell immer mehr zu. Auch in Zukunft werden Soziale Medien die zwischenmenschliche Kommunikation stark beeinflussen. Sei es das neuste Video des Lieblingsschauspielers oder der Meinungsaustausch über einen bestimmten Sachverhalt. Es ist kaum vorherzusehen welche Innovationen durch die Sozialen Medien noch entstehen können. Aber auch hier gilt die Aussage: Nicht alles was neu ist, ist gut oder schlecht. Die Anwendung der Innovation entscheidet über den Wert dieser Innovation. So war es schon damals bei der Erfindung von Pfeil und Bogen und so wird es auch bei zukünftigen Innovationen sein.

Literaturverzeichnis

- <http://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/social-media-soziale-medien>
- <http://zitate.net/andr%C3%A9%20malraux.html>
- <http://www.uni-protokolle.de/Lexikon/Dampfmaschine.html>
- <http://www.wissen.de/lexikon/mobilfunk>
- <http://www.coupling-media.de/marketing-lexikon/world-wide-web.html>
- <http://www.kondratieff.net/8.html>
- <http://www.georgmais.de/vordiplom/allgemeine%20Theorien%20der%20Wirtschaftsgeographie.pdf>
- <http://www.solon-line.de/2009/09/23/joseph-a-schumpeter-und-die-krise/>
- <http://www.kondratieff.net/18.html>
- <http://www.uni-protokolle.de/Lexikon/Dampfmaschine.html>
- Rentmeister, Juliane „Die Entwicklung der Theorie der Langen Wellen von ihren Anfängen bis zum techno-ökonomischen Paradigma von Carlota Perez“ , Köln, 2010, Seite: 29
- Windhoevel, Thomas „Theorie der langen Wellen“, GRIN Verlag, Norderstedt 2008, Seite: 6
- Rentmeister, Juliane „Die Entwicklung der Theorie der Langen Wellen von ihren Anfängen bis zum techno-ökonomischen Paradigma von Carlota Perez“ , Köln, 2010, Seite: 31
- http://www.tydecks.info/online/math_multi_key.html
- <http://www.kondratieff.net/9.html>
- <http://www.kondratieff.net/#!der-sechste-kondratieff/cpyu>
- Sächsische Zeitung vom 2 Juli 2015, Seite 22: „Hallo Schwester – Hallo Patient“
- Schmidt, Jan-Hinrik, Soziale Medien Wiesbaden, 2013 Seite: 9
- <https://blackphantom.de/artikel/die-geschichte-von-facebook/>
- <http://www.n-tv.de/wirtschaft/Facebook-verdient-weniger-article15620576.html>
- <http://dieboersenblogger.de/?s=facebook+ipo>
- <http://www.stern.de/digital/online/facebook-kauft-instagram-die-milliarden-dollar-idee-3062450.html>
- <http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/facebook-kauft-whatsapp-und-irritiert-high-tech-firmen-wie-google-a-954553.html>
- <http://www.social-media-aachen.de/blog/facebook-nutzerzahlen-2015-status-des-netzwerks/>
- <http://www.futurebiz.de/artikel/zielgruppen-von-sozialen-netzwerken/>
- <http://www.rp-online.de/digitales/smartphones/whatsapp-fuer-kinder-und-jugendliche-verboten-aid-1.4439209>
- <http://www.derwesten.de/wirtschaft/smartphone-werbung-beschert-facebook-neues-rekord-ergebnis-id10286326.html>

- <http://www.faz.net/aktuell/finanzen/digital-bezahlen/facebook-laesst-nutzer-geld-ueberweisen-13490184.html>
- c't Magazin für Computer Technik Ausgabe 16/2015 „Thema: Digitale Assistenten“ Seite 123
- <http://www.teltarif.de/facebook-kauf-datenbrille-oculus-rift/news/55001.html>
- <http://wannstirbtstudivz.net/>
- <http://www.soziale-netzwerke-links.de/ello.html>
- http://praxistipps.chip.de/wie-funktioniert-instagram-eine-kleine-einfuehrung_3508
- <http://www.inside-handy.de/news/36503-facebook-quartalszahlen-facebook-messenger-hat-700-millionen-nutzer-instagram-300-millionen>
- <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/215589/umfrage/prognose-zu-den-weltweiten-nutzerzahlen-von-google-plus/>
- <http://thenextweb.com/socialmedia/2012/03/08/for-the-last-time-lets-all-say-it-together-google-is-not-a-social-network/>
- <https://support.google.com/plus/?hl=de&guide=1257347&rd=1#topic=3049661>
- <http://www.absatzwirtschaft.de/google-der-suchriese-laeutet-den-anfang-vom-ende-ein-60279/>
- <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/ello-facebook-alternative-ohne-werbung-mit-nacktbildern-a-993915.html>
- <http://www.inc.com/larry-kim/5-things-you-need-to-know-about-anti-facebook-social-network-ello.html>
- https://www.XING.com/profile/Lars_Hinrichs
- https://corporate.XING.com/fileadmin/image_archive/ir_OPEN_Business_Club_AG_Geschäftsbericht_2006_deutsch.pdf
- <http://www.thirty-up.de/2011/04/06/allgemein/verlosung-2-x-2-freikarten-zum-XING-regionaltreffen-am-12-04-11-im-neptunbad-gewinnen/5299>
- <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/13587/umfrage/anzahl-der-mitglieder-des-social-network-xing-seit-2006/>
- https://corporate.XING.com/no_cache/deutsch/unternehmen/XING-ag/
- <https://www.XING.com/imprint>
- <http://mobilbranche.de/2015/03/XING-app-stellenmarkt>
- <http://www.linkfang.de/wiki/ResearchGate>
- <http://gruenderzeit.morgenpost.de/2014/08/13/researchgate-mit-5-millionen-nutzern/>
- <http://www.soziale-netzwerke-links.de/researchgate.html>
- <http://www.gruenderkueche.de/fachartikel/die-besten-10-soziale-netzwerke-und-wie-sie-sie-nutzen/>
- <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/232401/umfrage/monatlich-aktive-nutzer-von-twitter-weltweit-zeitreihe/>

- http://www.haufe.de/marketing-vertrieb/online-marketing/twitter-ads-das-koennen-sie-leisten_132_298292.html
- <http://www.soziale-netzwerke-links.de/pinterest.html>
- <https://buggisch.wordpress.com/2015/01/07/social-media-und-soziale-netzwerke-nutzerzahlen-in-deutschland-2015/>
- <http://beste-apps.chip.de/android/app/flickr-android-app,com.yahoo.mobile.client.android.flickr/>
- <http://www.a3w.de/youtube/>
- http://googlepress.blogspot.de/2006/10/google-to-acquire-youtube-for-165_09.html
- <http://www.onlinemarketingrockstars.de/monatlich-fuenfstellige-summen-so-viel-laesst-sich-mit-youtube-verdienen/#>
- <http://www.onlinemarketingrockstars.de/monatlich-fuenfstellige-summen-so-viel-laesst-sich-mit-youtube-verdienen/#>
- <https://www.youtube.com/channel/UCYfdidRxbB8Qhf0Nx7ioOYw/about>
- <https://www.youtube.com/user/ARD/about>
- <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/gema-streit-youtube-sperrt-61-5-prozent-der-angesagtesten-videos-a-880005.html>
- <http://deutsche-wirtschafts-nachrichten.de/2015/03/27/eu-will-laender-sperrung-bei-youtube-verbieten/>
- <https://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>
- <https://www.icq.com/de>
- Meißelbach Christoph, Web 2.0. – Demokratie 3.0? – Demokratische Potentiale des Internets, Baden-Baden : Nomos 2009, Seite: 59
- Eggers, Dave, Der Circle, Köln : Kiepenheuer & Witsch, 2015
- <http://www.rollingstone.de/studie-will-belegt-haben-reiche-nutzen-instagram-zum-protzen-dumme-surfen-bei-facebook-701396/>
- <http://www.tschlotfeldt.de/elearning-wiki/90-9-1-Regel>
- <http://www.centrestage.de/2012/05/14/90-9-1-war-gestern/>
- Schmidt Jan-Hinrik, Das neue Netz – Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0, Konstanz : UVK-Verlagsges. 2011 Seite: 73
- https://de-de.facebook.com/legal/terms?locale=de_DE
- <http://www.facebook.com/reqs.php#/terms.php>
- <http://www.focus.de/schlagwoerter/themen/i/informatisierung/>
- <http://www.sueddeutsche.de/kultur/minister-gutenberg-falscher-vorname-die-welt-als-wilhelm-und-vorstellung-1.471072>
- <http://dradiowissen.de/beitrag/rich-kids-arme-sind-auf-facebook>

- https://www.psychologie-heute.de/news/gesundheitspsychologie/detailansicht/news/twitter_ist_ein_megafon_facebook_ein_spiegel/
- <https://www.facebook.com/ComedyCentral?fref=ts>
- <https://twitter.com/comedycentraltv>
- <http://www.socialmedia-blog.de/2011/04/social-media-und-tv-zwei-welten-wachsen-zusammen/>
- <http://www.hitradio-rtl.de/programmaktionen-gewinnspiele/hitradio-rtl-bei-whatsapp-1085517/>
- <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,457357,00.html>
- <http://meedia.de/2014/10/16/digitaler-journalismus-als-epochenwechsel-lfm-studie-zur-veraenderung-des-berufsbildes/>
- <http://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article5092278/So-wird-die-Zukunft-von-Social-Media-aussehen.html>
- <http://www.smi.sachsen.de/2169.htm>
- <https://www.literaturcafe.de/wie-man-online-wahlen-und-online-umfragen-faelscht-manipuliert-und-austrickst/>
- <http://www.europarl.europa.eu/news/de/news-room/content/20110321STO15986/html/Kann-W%C3%A4hlen-%C3%BCber-das-Internet-die-Wahlbeteiligung-erh%C3%B6hen>
- http://www.kas.de/wf/doc/kas_7384-1522-1-30.pdf?051025140803
- <http://www.facebook.com/CDU>
- <http://www.facebook.com/B90DieGruenen?fref=ts>
- <http://www.facebook.com/barackobama?fref=ts>
- <https://twitter.com/potus>
- <http://derstandard.at/1369362670038/Obama-Wahlkampfleiter-Social-Media-unverzichtbar>
- <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/251451/umfrage/kosten-fuer-einen-30-sekunden-spot-beim-super-bowl-finale-im-us-tv/>
- <https://socialmediamarketing2013.files.wordpress.com/2013/01/swot.jpg>
- Heymann-Reder Dorothea, Soziale Medien Marketing – Erfolgreiche Strategien für Sie und Ihr Unternehmen“ München [u.a.] : Addison-Wesley 2011, Seite: 25
- <http://www.gruenderszene.de/marketing/20-tipps-empfehlungsmarketing>
- <http://socialmedia-fuer-unternehmer.de/leistungen/social-media-marketing/>
- <http://tobesocial.de/Blog/psychologie-social-shares-warum-social-media-beitraege-teilen-in-fografik-maslow>
- <http://www.tagesspiegel.de/weltspiegel/studie-zur-wirkung-von-facebook-was-dem-gehirn-gefaellt/8724606.html>
- <http://www.fitforfun.de/beauty-wellness/trends/social-media-psychologie-wer-postet-was-163283.html>

- <http://www.tagesspiegel.de/weltspiegel/studie-zur-wirkung-von-facebook-was-dem-gehirn-gefaellt/8724606.html>
- <http://www.sueddeutsche.de/digital/verhaltenspsychologie-macht-uns-facebook-ungluendlich-1.1264970>
- <http://www.zeit.de/zeit-wissen/2011/05/Online-Sucht>
- <http://www.zeitklicks.de/nationalsozialismus/zeitklicks/zeit/72/architektur/die-glotze-und-das-erste-regelmaessige-fernsehprogramm/>
- <https://books.google.de/books?id=hGsVMg92QEUC&pg=PA177&lpg=PA177&dq=studien+fernsehsucht++60er&source=bl&ots=7dnmO2Hobl&sig=aMcc5hPD7p0rw6XIMIn-JcXTWIQM&hl=de&sa=X&ei=5FnLVMGNGo3zarrogcGP&ved=0CD0Q6AEwBA#v=one-page&q=studien%20fernsehsucht%20%2060er&f=false>
- <http://www.zeit.de/zeit-wissen/2011/05/Online-Sucht/seite-3>
- <http://www.zeit.de/zeit-wissen/2011/05/Online-Sucht/seite-2>
- <http://www.welt.de/vermishtes/article122038998/Wenn-das-Handy-wichtiger-wird-als-das-Kind.html>
- Fokus Ausgabe 26/15 „Aufrecht durchs Leben“ Seite: 81
- <http://www.mopo.de/promi---show/peinliche-postings-so-blamiert-sich-boris-becker-im-internet,5066870,23869958.html>
- <https://twitter.com/theborisbecker>
- <https://twitter.com/mileycyrus>
- <https://twitter.com/WilliamShatner>
- <https://www.facebook.com/williamshatner/likes>
- <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/digitale-bibliothek-internet-archive-13614849.html>
- <http://www.zeit.de/digital/datenschutz/2015-01/facebook-agb-aenderung-datenschutz-fragen>
- <http://t3n.de/news/facebook-atlas-online-werbung-569178/>
- <http://www.zeit.de/digital/datenschutz/2015-01/facebook-agb-aenderung-datenschutz-fragen>
- http://www.boersenblatt.net/artikel-soziale_netzwerke.520886.html
- <http://www.sueddeutsche.de/digital/tracking-datenschuetzer-facebook-hat-keinen-respekt-vor-privatsphaere-1.2483240>
- <http://www.zeit.de/digital/datenschutz/2015-01/facebook-agb-aenderung-datenschutz-fragen/seite-2>
- <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/die-digital-debatte/peter-schaar-ueber-facebooks-resistenz-gegen-kritik-13404173.html>
- <http://www.sueddeutsche.de/digital/tracking-datenschuetzer-facebook-hat-keinen-respekt-vor-privatsphaere-1.2483240>
- <http://www.sueddeutsche.de/digital/datenschutz-klage-gegen-facebook-max-schrems-gefällt-das-nicht-1.2427073>

- <http://www.sz-online.de/nachrichten/gericht-weist-klage-gegen-facebook-zurueck-3139312.html>
- http://www.focus.de/digital/computer/verbraucher-verbraucherschuetzer-klagen-wegen-like-buttons-von-facebook_id_4698275.html
- <http://www.heise.de/ct/artikel/Shariff-Social-Media-Buttons-mit-Datenschutz-2467514.html>
- <http://www.heise.de/newsticker/meldung/NSA-Skandal-Facebook-unterwandert-Flas-hmob-Verabredungen-2592853.html>
- <https://www.basichthinking.de/blog/2015/06/03/facebook-alternativen-ello-sociax/>
- <http://www.trendhunter.com/slideshow/anti-social-social-media&prev=search>
- <http://www.boersenblatt.net/868387/?t=newsletter>
- <https://books.google.de/books?id=FT1EAQAAQBAJ&pg=PT6&lpg=PT6&dq=Im+Jahre+1990+begann+mit+der+Abschaltung+des+Arpanet&source=bl&ots=RTh78Lyv8U&sig=C-clrKVSmsXHgQeQsWBEppAojtYQ&hl=de&sa=X&ei=OMZVVcX-E8S3swGXn4HgAQ&ved=0CCcQ6AEwAQ#v=onepage&q=Im%20Jahre%201990%20begann%20mit%20der%20Abschaltung%20des%20Arpanet&f=false>
- <http://www.derwesten.de/panorama/wie-das-internet-zum-stromfresser-wird-id10280840.html>
- http://www.focus.de/panorama/welt/gesundheit-jugendarzt-warnt-vor-mediensucht-bei-jugendlichen_aid_931207.html
- <http://www.welt.de/wirtschaft/article143141642/Internet-fuer-alle-koennte-schon-bald-Realitaet-sein.html>
- <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/facebook-die-visionen-des-mark-zuckerberg-a-1041522.html>
- <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/die-digital-debatte/peter-schaar-ueber-face-books-resistenz-gegen-kritik-13404173.html>

Quellenverzeichnis

- <http://blog.slub-dresden.de>
- <http://www.berufskraftfahrer-fachwiki.de/index.php?title=Hauptseite&oldid=432>
- <http://www.drogen.fach-wiki.de/index.php?title=Hauptseite>
- <http://www.typo3forum.net>
- <http://www.fachforum-kleintiere.de/>
- <https://www.youtube.com/user/cptransom>
- <https://www.youtube.com/user/cocacola>
- <https://www.youtube.com/user/WilliamShatner>
- <https://www.youtube.com/user/HochschuleMittweida>
- <https://www.youtube.com/user/SLUBDresden>
- <https://www.youtube.com/user/bundesregierung>
- <http://www.youtube.com/yt/press/de/statistics.html>
- <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Wahl-in-Estland-Ein-Fuenftel-gibt-Stimme-per-I-Voting-ab-2561003.html>
- <http://www.fanta.de/fantasie>
- <https://www.kickstarter.com/>

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Dresden, 04.08.2015

Sabine Holzendorff

Ort, Datum

Vorname Nachname